



MANAGER

VERONA ONLINE

EDIZIONE SPECIALE
Tutti i contenuti dell'assemblea.

EUROPA: Occasione di rilancio



All'interno:
Masi Agricola, Just Italia e Calzedonia
I protagonisti delle Serate di Marca
Il Cenacolo dell'Impresa
Ha preso il via l'ottava edizione

Confindustria Verona e Confindustria Vicenza.
16 giugno 2014
Assemblea Generale
Più forti nelle imprese, nel territorio, in Europa.

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

MANAGER
VERONA ON LINE

Anno 2 - Numero 10 Maggio 2014

EDIZIONE SPECIALE
Tutti i contenuti dell'assemblea.



Più forti
→ nelle imprese
nel territorio
in Europa

**Assemblea
Generale
2014**

Clicca qui.

VR Manager On Line

è a cura di Confindustria Verona. Hanno collaborato a questo numero: Arianna Andrioli, Paola Bendinelli, Micol Bottacini, Valentina Bottega, Sara Callisto, Marco Cappelletti, Stefano Chelli, Riccardo degli Antonini, Chiara Fasolo, Caterina Fenzi, Sara Ferraro, Sonia Giovannoni, Eugenia Iannello, Sara Lovato, Francesca Milani, Francesco Pizzeghella, Elena Segattini.

Progetto grafico e programmazione di Bravo Communications.

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

Editoriale di Giulio Pedrollo

→ **Guardiamo avanti per cogliere nuove sfide**

Storia di copertina

→ **"Europa per le Imprese", strumenti europei di finanziamento per innovazione e ricerca**

Piazza Cittadella

→ **Riello Presidente della Camera di Commercio**

→ **Masi Agricola, Just Italia e Calzedonia sono i brand protagonisti di Serate di Marca**

→ **Il Cenacolo dell'Impresa: iniziata l'ottava edizione**

→ **Impresa per Impresa. Quali sono i progetti vincitori del contest?**

→ **Istat e Confindustria: nasce il "Portale delle Imprese"**

→ **"Aperitivo in Azienda" per Giovani Imprenditori e Piccola Industria**

→ **Adriano Bauli: il saluto ad un uomo dai grandi valori**

→ **Renzo d'Arcano, "maestro di vita esigente e corretto"**

Rubriche

→ **Cittadella Flash**

→ **In Agenda**

→ **Servizi Associativi**

→ **Notizie in Breve**

→ **Nuove Associate**

Aziende

→ **Vitaly. Intervista a Ettore Riello, presidente VeronaFiere**

→ **Vertours, viaggiare in tempo di crisi**

→ **Step: innovazione, competitività e apertura internazionale**

→ **Archiva, il valore aggiunto dell'innovazione digitale**

→ **Inlingua Verona: your passport to the world**

→ **Aluk. Internazionalizzazione, specializzazione, creatività sono le chiavi del successo**

Focus Economia

→ **"People First": più istruzione fa crescere il Pil**

→ **I trend globali**

Approfondimenti

→ **Sicurezza: i lavori in altezza**



Siamo imprenditori, non siamo fatti per fermarci, ma per guardare sempre a nuovi successi.

Guardiamo avanti per cogliere nuove sfide

Lavorare continuamente per diventare più forti. È questo il pensiero che mi ha accompagnato durante il mio primo anno di presidenza.

L'obiettivo comune: **andare oltre!** Oltre gli anni difficili, oltre i nostri confini, oltre gli schemi consolidati. Trovare la strada per tornare a crescere in questo nuovo contesto economico che all'inizio ci ha spiazzati, ci ha fatto soffrire ma non ci ha vinti.

Abbiamo avviato progetti, portato avanti idee per poter tornare a crescere. Puntando sull'internazionalizzazione (Incontriamo i BRICS, Europa per le Imprese), sui giovani (50 Giovani talenti per Verona, Impresa per Impresa) e su noi stessi (Serate di marca).

Il sentiero è tracciato, ma il percorso è appena all'inizio e se rispetto a qualche mese fa riusciamo a cogliere qualche segnale di un rinnovato ottimismo, siamo consapevoli che il nostro Paese è ancora impantanato in una situazione difficile.

Bloccato su posizioni dettate da logiche di contrapposizione interna che nulla hanno a che vedere con il bene comune.

Dobbiamo assolutamente cambiare prospettiva e andare oltre gli interessi personali e trovare dentro di noi motivazione e determinazione per portare avanti scelte difficili e obbligate che ci **daranno la possibilità di un nuovo inizio.**

Secondo l'OCSE nel 2050 nessuno dei Paesi dell'Unione Europea avrebbe le caratteristiche per far parte di un eventuale G8.

Dobbiamo avere ben chiaro che solo l'Europa è la dimensione che ci può garantire la sopravvivenza e nuova forza per rilanciarci sui mercati mondiali.

Vogliamo riappropriarci del **sogno** di unità e forza che ha portato alla sua nascita. Vogliamo riprenderci l'euforia dei giorni in cui ha visto la luce il mercato unico, il trattato di Maastricht e di Shengen e la vera idea di una moneta unica.

Per parlare di imprese, Europa e futuro vi aspetto alla nostra assemblea il 16 giugno. Quest'anno, ed è la prima volta che accade nel Sistema Confindustria, faremo un'assemblea unica con Confindustria Vicenza per dimostrare che gli schemi si possono rompere e che i confini vanno superati.

Sarà l'occasione per riflettere insieme, confrontarsi, dare al Paese le nostre priorità, ma sarà anche un momento per tracciare un nuovo punto di partenza dando un segnale di forza e coesione. Stabilire una nuova pietra miliare nella storia della nostra vita associativa che ci accompagnerà con le sue linee guida nel prossimo anno e nel futuro che verrà.

Siamo imprenditori non siamo fatti per fermarci a gloriarci dei successi conseguiti nel passato, ma per guardare avanti, cogliere nuove sfide e inseguire nuovi traguardi di prosperità e progresso per tutti.

*Giulio Pedrollo
Presidente Confindustria Verona*



16 giugno 2014
Assemblea Generale

Più forti

**nelle imprese, nel territorio,
in Europa.**

→ **Il Programma**

→ **I Relatori**

→ **Gli Sponsor**

→ **Video**

→ **Photogallery**

Oltre 3300 persone tra imprenditori, rappresentanti delle istituzioni e della politica e semplici cittadini hanno partecipato, lo scorso 16 giugno, **all'Assemblea generale di Confindustria Verona** e Confindustria Vicenza, le prime due associazioni territoriali che hanno deciso di fare squadra per organizzare ed allestire insieme il tradizionale evento associativo annuale.

Territorio, euro, riforme strutturali, manifattura, competitività, brand internazionali, made in Italy, patto europeo. Sono questi i temi attorno ai quali si sono costruiti ed alternati gli interventi degli ospiti, rappresentanti d'eccellenza del mondo dell'economia, delle imprese e della politica.

Il titolo: **Più forti. Nelle Imprese, nel Territorio, in Europa.** Un percorso per comprendere come continuare ad essere imprenditori italiani di imprese eccellenti nel mondo valorizzando i sistemi produttivi territoriali, assumendo un ruolo da protagonisti in Europa. La location è l'**Area Perlini di Gambellara**, sul confine tra le province di Verona e Vicenza. Una superficie industriale complessiva di oltre 15.000 mq è cornice d'eccezione dell'evento.

Ad aprire i lavori, a partire dalle ore 17.00, i **Presidenti Giulio Pedrollo, Confindustria Verona, e Giuseppe Zigliotto, Confindustria Vicenza** in un'intervista doppia moderata dalla conduttrice e giornalista televisiva Alessandra Viero.

A seguire l'intervento del **Presidente del Consiglio dei Ministri, Matteo Renzi**. «Più forti in Italia è possibile, a condizione di fare ciascuno un pezzettino della propria parte», ha esordito il premier, citando il sogno coronato in quelle stesse ore da Marco Belinelli, primo ed unico italiano entrato nella storia sportiva per aver vinto questa stagione il titolo del più importante campionato di basket mondiale, l'NBA.



Il capitolo dedicato più da vicino alle imprese e alle storie d'impresa ha visto protagonisti **Sandro Veronesi, Presidente Gruppo Calzedonia** e **Elena Zambon**, Presidente Zambon Group, imprenditori di successo emblema del made in Italy nel mondo, nell'intervista moderata dal giornalista e conduttore televisivo Alessio Vinci.

Il **Presidente di BUSINESSEUROPE Emma Marcegaglia** e **Nicola Rossi, Professore di Politica Economica dell'Università Tor Vergata e consigliere di amministrazione della Fondazione Istituto Bruno Leoni**, hanno poi proseguito il dibattito in un'intervista sul tema Europa e Imprese, con uno sguardo all'avvio del semestre di presidenza italiana UE. Infine le conclusioni, affidate al **Presidente di Confindustria Giorgio Squinzi**, che anche lui da uomo di sport quale è, rivolgendosi a Renzi e tutta la platea, ha paragonato questo Governo a una Formula 1 "che ha una potenza formidabile che però deve ancora scaricare sul terreno per competere e vincere". E ha concluso affermando "Qualcosa è stato avviato e da oggi a fine luglio avremo un pacchetto di nuove riforme. Certo non sarà facile recuperare il ritardo ma siamo fiduciosi".



Inizio lavori



Presidenti Giulio Pedrollo e Giuseppe Zigliotto



Intervento Presidente del Consiglio Matteo Renzi



Sandro Veronesi e Elena Zambon



Emma Marcegaglia e Nicola Rossi



Conclusioni Presidente Giorgio Squinzi

#piùforti2014



guarda tutti i video →



Il Programma

ore 17.00

ACCOGLIENZA DEI PARTECIPANTI

ore 17.15

INIZIO DEI LAVORI

Intervengono:

EMMA MARCEGAGLIA

Presidente BUSINESSEUROPE

GIULIO PEDROLLO

Presidente Confindustria Verona

MATTEO RENZI

Presidente Consiglio dei Ministri

NICOLA ROSSI

Professore di Politica Economica
dell'Università Tor Vergata, Fondazione IBL

SANDRO VERONESI

Presidente Gruppo Calzedonia

ELENA ZAMBON

Presidente Zambon Spa

GIUSEPPE ZIGLIOTTO

Presidente Confindustria Vicenza

Conclusioni:

GIORGIO SQUINZI

Presidente di Confindustria

Conducono:

ALESSANDRA VIERO

Giornalista e conduttrice televisiva

ALESSIO VINCI

Giornalista e conduttore televisivo

Conclusioni:

GIORGIO SQUINZI

Presidente di Confindustria

Conducono:

ALESSANDRA VIERO

Giornalista e conduttrice televisiva

ALESSIO VINCI

Giornalista e conduttore televisivo

→ [Il Programma](#)

→ [I Relatori](#)

→ [Gli Sponsor](#)

→ [Video](#)

→ [Photogallery](#)



I nostri ospiti



EMMA MARCEGAGLIA
Presidente *BUSINESSEUROPE*

Emma Marcegaglia nasce a Mantova il 24 dicembre 1965. Si è laureata in Economia Aziendale presso l'Università Bocconi di Milano.

Attualmente Vice Presidente e Amministratore Delegato della società Marcegaglia S.p.A., azienda leader internazionale nel settore della trasformazione dell'acciaio. Ricopre da maggio 2014 la carica di Presidente Eni, da luglio 2013 è Presidente *BUSINESSEUROPE* e da luglio 2010 Presidente Università Luiss Guido Carli. È Membro del Consiglio di Amministrazione di Bracco S.p.A., Italcementi S.p.A. e Gabetti Property Solutions S.p.A.

Presidente di Confindustria per il quadriennio 2008 – 2012.

In passato è stata Vice Presidente di Confindustria con delega per le infrastrutture, l'energia, i trasporti e l'ambiente (2004 - 2008); Rappresentante per l'Italia dell'High Level Group per l'energia, la competitività e l'ambiente creato dalla Commissione Europea; Vice Presidente di Confindustria per l'Europa dal 2000 al 2002; Presidente Nazionale dei Giovani Imprenditori di Confindustria dal 1996 al 2000; Presidente dello YES (Young Entrepreneurs for Europe) dal 1997 al 2000.



MATTEO RENZI
Presidente del Consiglio dei Ministri

Matteo Renzi nasce a Firenze nel gennaio 1975 e si laurea in giurisprudenza nel 1999. Sin dall'inizio del periodo universitario lavora nella piccola azienda di famiglia. Nel 2004, a 29 anni, viene eletto Presidente della Provincia di Firenze. Nel 2008 annuncia la sua candidatura alle primarie del Partito Democratico per la corsa a sindaco di Firenze. Vince le primarie e poi, nel giugno 2009, le elezioni, diventando sindaco.

Il 13 settembre 2012 annuncia la sua candidatura alle primarie del centrosinistra, proseguendo nel contempo l'impegno di sindaco. Il 2 dicembre perde le primarie al ballottaggio contro Pier Luigi Bersani.

Nel 2013 corre nuovamente per le primarie, stavolta del Partito Democratico, e l'8 dicembre vince la competizione con il 67,5% dei voti, diventando segretario del Partito.

Dal 22 febbraio 2014, a seguito delle dimissioni rassegnate da Enrico Letta dopo la votazione a larghissima maggioranza da parte della Direzione del PD, è Presidente del Consiglio dei Ministri della Repubblica Italiana, il più giovane dall'Unità d'Italia.



NICOLA ROSSI

***Professore di Politica Economica Università Tor Vergata,
Fondazione IBL***

Nicola Rossi nasce ad Andria il 9 dicembre 1951. Consegue la Laurea in Diritto presso l'Università di Roma "La Sapienza" e, successivamente, ottiene il Master e il Dottorato in Economia presso la London School of Economics. Ha lavorato nel Servizio Studi della Banca d'Italia e nella Divisione Affari Fiscali del Fondo Monetario Internazionale. È stato docente nell'Università "Guido Carli" di Roma, nella "Ca' Foscari" di Venezia, nell'Università di Modena e infine presso l'Università "Tor Vergata" di Roma, dove è attualmente professore ordinario di Economia Politica. È stato Consigliere economico del Presidente del Consiglio nel periodo 1998-2000 e Consigliere economico del Ministero del Tesoro negli anni 2000-2001. È stato Deputato e Senatore della Repubblica. È stato Presidente della Fondazione Istituto Bruno Leoni negli anni 2011-2013. Oggi fa parte del Consiglio di Amministrazione della Fondazione e sta sviluppando per l'Istituto l'Osservatorio Minghetti, sui temi di finanza pubblica.



GIORGIO SQUINZI

Presidente Confindustria

Giorgio Squinzi nasce il 18 maggio 1943, è coniugato e ha 2 figli. È laureato in Chimica Industriale all'Università degli Studi di Milano. Ha sempre operato nella Mapei, l'azienda fondata dal padre nel 1937, presente con 64 stabilimenti in 33 paesi nei 5 continenti, prima con la responsabilità dell'area ricerca e sviluppo tecnologico, poi come Amministratore Unico dal 1984. Tra le molteplici onorificenze ricevute nella sua lunga carriera di imprenditore di successo spiccano la nomina a Cavaliere del Lavoro e "Commandeur de l'Ordre de la Couronne" in Belgio. Già Presidente del CEFIC, l'Associazione dell'Industria Chimica Europea, e Consigliere Superiore della Banca d'Italia, numerose sono anche le cariche che ha ricoperto nel sistema confederale: Presidente di Federchimica, Vicepresidente con delega per l'Innovazione e lo Sviluppo Tecnologico, Componente del Consiglio Direttivo e della Giunta di Confindustria, Presidente del Comitato Tecnico con Delega all'Europa. Dal 24 maggio 2012 è Presidente di Confindustria.



SANDRO VERONESI
Presidente Gruppo Calzedonia

Sandro Veronesi nasce ad Ala, Trento, il 18 ottobre 1959. Si laurea in Economia e Commercio all'Università di Verona e nel 1984 inizia a lavorare presso Golden Lady S.p.A., azienda italiana leader mondiale nella produzione di collant. Nel 1986 fonda Calzedonia S.p.A., mantenendo un ruolo chiave nello sviluppo internazionale di Golden Lady. Nel 1996 il gruppo Calzedonia lancia il marchio di biancheria intima Intimissimi. Nel 2003 nasce il marchio Tezenis, catena di negozi di biancheria intima a libero servizio. Nel 2009 il Gruppo Calzedonia ha acquisito la quota di maggioranza di Falconeri, brand italiano con una forte tradizione nella produzione di maglieria e cachemire per l'uomo e donna. A fine 2013 si è completata l'acquisizione di Falconeri che è diventato il quarto brand del Gruppo. In questi anni Veronesi si è dedicato alla crescita di Calzedonia S.p.A. creando una catena di oltre 3.500 punti vendita in più di 30 Paesi e controllando fabbriche sia in Italia che all'estero.

Il gruppo Calzedonia ha chiuso il 2013 con un fatturato consolidato di 1.666 milioni di euro e oltre 26.000 dipendenti, di cui più di 3.000 in Italia.

Nel 1999 Veronesi costituisce la Fondazione San Zeno che destina parte degli incassi di Calzedonia all'aiuto di persone disagiate, offrendo loro la possibilità di migliorare in modo duraturo la loro condizione attraverso gli strumenti dell'istruzione, della formazione e del lavoro, operando sia in Italia che all'estero. Nel 2009 è stato insignito del titolo di Cavaliere del Lavoro.



ELENA ZAMBON
Presidente Zambon Spa

Elena Zambon è nata a Vicenza il 15 ottobre 1964 e si laurea in Economia Aziendale all'Università Bocconi di Milano. Dal 1989 al 1994 lavora per Citibank N.A. dove segue gli investitori esteri sul mercato italiano e, successivamente, le relazioni e le valutazioni di rischio per la clientela istituzionale (world corporation groups, finanziarie e assicurazioni).

Attualmente è Presidente di Zambon S.p.A., multinazionale farmaceutica fondata a Vicenza nel 1906, Vice Presidente della ZaCh – Zambon Chemicals - e Consigliere di Zambon Company, Holding di gruppo, oltre a essere Presidente della Fondazione Zoé, Zambon Open Education.

Presidente di Secofind SIM S.p.A., il Multi Family Office che fonda nel 2000 per estendere ad altre famiglie di imprenditori l'esperienza svolta nel wealth management per la famiglia dal 1994, nella selezione e nel controllo dei gestori patrimoniali.

Dal 2010 fa parte del Consiglio di Amministrazione di Italcementi S.p.A e dall'agosto del 2011 è membro del Consiglio di Amministrazione di Fondo Strategico Italiano. In precedenza è stata consigliere di Akros Finanziaria e di Salvagnini S.p.A.

Dal 2007 è membro del Consiglio Generale di Aspen Italia e recentemente è stata nominata membro del Comitato Esecutivo dello stesso istituto; è inoltre Presidente di AIDAF (Associazione Italiana delle Aziende Familiari).



ALESSANDRA VIERO
Giornalista e Conduttrice Televisiva

Alessandra Viero è nata a Sandrigo il 16 aprile del 1981. Laureata in giurisprudenza con lode, è giornalista professionista dal 2006. Per Mediaset si occupa di cronaca e attualità. Ha lavorato nelle redazioni di TG4 e TGCOM24, dove ha seguito come inviata alcuni grandi fatti di cronaca. Attualmente fa parte della redazione di Studio Aperto, dove conduce l'edizione delle 12.25. Su Rete Quattro, ha condotto il programma di giornalismo investigativo, Quarto Grado, assieme a Gianluigi Nuzzi.



ALESSIO VINCI
Giornalista e conduttore televisivo

Alessio Vinci nasce nel '68 a Lussemburgo. Superato l'esame di maturità decide di partire per Atlanta, dove era da poco nata la allora poco conosciuta CNN. Si divide per mesi tra USA e Milano, dove è iscritto alla facoltà di scienze politiche, fino al crollo dell'impero sovietico che convince i suoi superiori a mandarlo a Mosca. Nei 5 anni di permanenza vive anche la prima esperienza di reporter di guerra. Ha ricevuto un ACE Award per la copertura delle elezioni presidenziali russe del 1996. A Berlino si occupa di Russia, Balcani, Africa, Europa centrale e orientale. A Belgrado documenta i bombardamenti NATO e la caduta di Milošević, vincendo per questo l'Edward Murrow Award. Nel 2001 è promosso alla direzione della bureau CNN di Roma e nel 2003 è corrispondente "embedded" durante il conflitto in Iraq. Nel 2005 viene insignito del Premio Maria Grazia Cutuli. Nel 2009 arriva alla conduzione di Matrix su Canale5. Oggi è Direttore Editoriale di Agon Channel, televisione privata albanese lanciata un anno fa da un imprenditore italiano.

[→ Il Programma](#)[→ I Relatori](#)[→ Gli Sponsor](#)[→ Video](#)[→ Photogallery](#)



NELLE IMPRESE
NEL TERRITORIO
IN EUROPA

Gli sponsor

Un grazie alle aziende che hanno creduto assieme a noi in questo progetto. Ve le presentiamo.

Con il sostegno di:





**Banca
Popolare di Vicenza**

Banca popolare di Vicenza accompagna le imprese sui mercati esteri.

Da sempre Banca Popolare di Vicenza sostiene l'export delle imprese italiane con la consapevolezza di quanto l'internazionalizzazione e l'apertura verso i nuovi mercati siano importanti per la ripresa dell'economia del Paese.

La Banca ha siglato una serie di accordi con i principali Enti ed Associazioni di Categoria del territorio, per favorire gli scambi internazionali e migliorare il dialogo con le banche estere. L'Istituto, ad oggi, ha sottoscritto accordi con 29 Associazioni di Categoria italiane, mettendo a disposizione degli associati plafond finanziamenti per 955 milioni di euro che consentono di sostenere l'attività quotidiana delle imprese all'estero.

In concreto, BPVi, in relazione ai 71 accordi in essere con banche estere ubicate in 47 diversi paesi ed alla possibilità di accedere a tutte le sue corrispondenti all'estero, favorisce le aziende nell'attività di export, in questa prima fase soprattutto verso Cina, India, Brasile, Russia e Turchia mettendo a disposizione di un importante numero di banche di tali Paesi specifiche linee di credito sotto forma di plafond di finanziamento.

Più in dettaglio, l'acquirente estero, recandosi presso una delle banche del suo Paese identificate da BPVi, potrà chiedere di accedere alla convenzione in essere e poter pagare il suo debito, nei confronti dell'Esportatore italiano, a vista, con la possibilità di chiedere delle importanti dilazioni di pagamento, facilitando le operazioni di esportazione delle aziende italiane.

La presenza diretta all'estero del Gruppo BPVi è garantita da sei Uffici di Rappresentanza a Hong Kong, Shanghai, New Delhi, New York, San Paolo e Mosca. Questi offrono servizi di consulenza e selezione di partner certificati, di ricerche di mercato, di soluzioni assicurative e di assistenza legale. BPVi, inoltre, garantisce una presenza capillare di strutture specializzate nei rapporti con l'estero su tutto il territorio nazionale, consentendo alle imprese di avere un punto di riferimento facilmente raggiungibile.



NELLE IMPRESE
NEL TERRITORIO
IN EUROPA

Cattolica più forte e competitiva con l'acquisizione di Fata.

Nel 2013 il Gruppo Cattolica ha confermato e rafforzato il trend positivo che l'ha portato a crescere, sia in valore assoluto sia in quota di mercato, anche in questi anni di grave crisi economica e finanziaria.

In questo processo di crescita si innesta l'acquisizione di Fata Assicurazioni, che consentirà a Cattolica di migliorare la sua già forte posizione competitiva con un apporto di circa 400 milioni di euro di premi e un incremento di un punto percentuale della quota di mercato nel business Danni. Questo significa che il Gruppo continua a crescere in modo graduale e fisiologico sia per vie interne, con un aumento della sua redditività, sia per vie esterne.

Fata rende ancora più forte la sua presenza nel comparto agroalimentare, settore strategico del made in Italy e tradizionale punto di forza di Cattolica.

Il carattere strutturale del processo di crescita, che ha contraddistinto il posizionamento di Cattolica nel mercato assicurativo italiano negli ultimi sette anni, è confermato da altri due dati veramente significativi: il continuo miglioramento sia del grado di produttività e di redditività del Gruppo sia del margine di solvibilità, che ne rileva il grado di solidità e quindi di affidabilità di una compagnia.

Particolarmente intenso è l'impegno del Gruppo Cattolica sui temi etici e su quelli della responsabilità sociale d'impresa. In questi anni hanno avuto un deciso impulso i programmi della Fondazione Cattolica, che hanno sostenuto molte iniziative di solidarietà sul territorio, e del Progetto di Vita "Cattolica per i giovani" tesi a favorire l'orientamento e la formazione dei giovani nel mercato del lavoro.

Paolo Bedoni
Presidente di Cattolica Assicurazioni



In collaborazione con:

FEDRIGONI 1888
 2013

Il Gruppo Fedrigoni è attivo a livello mondiale nella produzione e distribuzione di carte grafiche per stampa offset e digitale, carta per banconote ed elementi di sicurezza, etichette autoadesive, carte per usi artistici, scolastici e ufficio e cartoncini per packaging prestigiosi, che realizza in 11 stabilimenti in Italia e all'estero, con 2150 dipendenti. Con una gestione familiare lunga 125 anni, il Gruppo ha acquisito 12 anni fa le storiche cartiere di Fabriano che celebrano quest'anno i 750 di esistenza documentata: una bella narrazione italiana!



La catena di ipermercati "Iper, La grande i" è una delle realtà più importanti nel panorama della GDO nazionale, tra le poche insegne totalmente italiane. È presente sul territorio con 26 ipermercati diffusi in 7 regioni e circa 7.000 dipendenti. Ampiezza dell'assortimento, qualità, sostenibilità, convenienza e italianità sono i valori che guidano le scelte di "Iper, La grande i". Da sempre punto di forza sono i prodotti freschissimi quotidianamente preparati, lavorati e cucinati nei laboratori a vista dei punti vendita, secondo la migliore cultura gastronomica italiana.



Più di 30 anni di storia nell'ambito dell'Information Technology. Office Automation è azienda leader nella progettazione di soluzioni per la produzione e gestione documentale e nell'offerta di servizi IT. La mission è portare innovazione, rendere produttivo ed economico il lavoro dell'ufficio, migliorare l'efficienza dei processi aziendali nel rispetto di un progresso etico sostenibile.

 **SACE**

Il gruppo SACE offre servizi di export credit, assicurazione del credito, protezione degli investimenti all'estero, garanzie finanziarie, cauzioni e factoring. Con 70 miliardi di operazioni assicurate in oltre 189 paesi, il gruppo SACE sostiene la competitività delle imprese in Italia e all'estero, garantendo flussi di cassa più stabili e trasformando i rischi di insolvenza delle imprese in opportunità di sviluppo.



Umana è Agenzia per il Lavoro "generalista", autorizzata dal Ministero del Lavoro (Aut. Min. Lav. Prot. n. 1181 - SG del 13.12.2004). Svolge attività di somministrazione di lavoro, sia a tempo determinato che indeterminato, Staff Leasing, intermediazione, ricerca e selezione, supporto alla ricollocazione, Outplacement e formazione. Presente sul territorio nazionale con 115 filiali, di cui 4 nel veronese (Verona, Legnago, Isola della Scala e San Bonifacio) Umana aderisce a Confindustria Verona e, attraverso una convenzione, offre alle imprese associate condizioni di miglior favore nell'utilizzo dei propri servizi.



Mercedes-Benz
TRIVELLATO

Trivellato è al servizio dell'imprenditoria veneta con una piattaforma di prodotti e servizi integrati e completi in grado di dare risposta ad ogni esigenza di mobilità personale ed aziendale. Mette a disposizione dei propri clienti 8 concessionarie tra Verona, Vicenza e Padova con 250 collaboratori, fortemente specializzati nella gestione delle flotte aziendali, una delle variabili più complesse e costose per qualsiasi impresa. È tra le poche in Italia in grado di fornire una consulenza fiscale e tributaria diretta e su misura per ogni singola azienda, grazie alla costante collaborazione con fiscalisti specializzati nel mondo automotive.



VIVIGAS: ENERGIA PER IL VOSTRO BUSINESS

VIVIGAS S.p.A., azienda leader nella vendita di gas metano ed energia elettrica, è al fianco delle imprese come fornitore di energia elettrica e gas con soluzioni flessibili, consulenza dedicata e prodotti innovativi. Un nuovo modo di interpretare l'energia, perché non sia solo un costo ma una vera leva competitiva. L'azienda fornisce ogni anno 600 milioni di m3 di gas, 500 milioni di Kwh di energia elettrica a 300 mila clienti, con una squadra di 150 persone.



Partner tecnici:



Infracom Italia è l'operatore 100% italiano di data center e telecomunicazioni. Attraverso la rete in fibra ottica che supera i 9.000 km con copertura nazionale porta alle imprese i servizi erogati dai 2 data center di classe enterprise gestiti a Verona e Milano. Infracom Italia è il partner ideale per i servizi innovativi e soluzioni specifiche alle aziende operanti in diversi comparti industriali.



La Fortezza opera nel settore del portierato e della custodia non armata. Offre servizi quali: controllo flusso e deflusso, sorveglianza antincendio, front office e centralini, gestione parcheggi e servizio steward. Un partner ideale per commercianti, piccole, medie, grandi imprese ed enti pubblici.



On Stage è un'importante realtà nella produzione di eventi aziendali quali convention, gala, celebrazioni, road show, congressi. Partner ideale per chi ha l'esigenza di emozionare, coinvolgere, comunicare attraverso eventi creati su misura.



Emblema del Made in Italy dal 1957, Perlini Equipment è uno dei più importanti produttori mondiali di camion cava-cantiere, ed è al lavoro in tutti i continenti coi suoi dumper fino alle 95 tonnellate di portata.

→ [Il Programma](#)

→ [I Relatori](#)

→ [Gli Sponsor](#)

→ [Video](#)

→ [Photogallery](#)



Photogallery



[guarda tutta la gallery →](#)

[→ Il Programma](#)

[→ I Relatori](#)

[→ Gli Sponsor](#)

[→ Video](#)

[→ Photogallery](#)

Lanciato il progetto

“Europa per le Imprese”

Nuovi strumenti a supporto di innovazione e ricerca, per cogliere tutte le opportunità dell'integrazione europea

“Deve essere chiaro che non sono le aziende al servizio dell'Europa ma è l'Europa ad essere una grande opportunità da cogliere. Per questo dobbiamo occuparcene di più, con le persone migliori e attraverso idee e progetti. Dobbiamo prendere in mano la nostra dimensione europea perché sia come la vogliamo. Il Veneto ha 5 milioni di abitanti, meno della metà dell'area metropolitana di Londra o Parigi e proprio per questo la dimensione europea è l'unica possibile per garantirci un futuro di crescita e sviluppo”.

Con queste parole **Giulio Pedrollo**, Presidente di Confindustria Verona, ha chiuso l'incontro **Strumenti europei di finanziamento a supporto di progetti di innovazione e ricerca**, l'appuntamento che ha lanciato il progetto “Europa per le Imprese”: Imprese”, l'iniziativa ideata da Confindustria Verona per diffondere le opportunità offerte dall'integrazione europea.

L'Europa, infatti, non è solo un'entità storica, geografica e culturale, ma rappresenta una concreta occasione di crescita e sviluppo per le imprese.

“**Europa per le Imprese**” rappresenta **un pacchetto di iniziative concrete, seminari tecnici, convenzioni ed accordi con enti, incontri formativi e divulgativi, nuovi servizi**, oltre alla creazione di una **rete di contatti utili** tra i vari attori del territorio che si occupano di tematiche europee.

“*Dobbiamo prendere in mano la nostra dimensione europea perché sia come la vogliamo.*”

Giulio Pedrollo

→ **Esplora**
tutte le iniziative.



Per dare il via al progetto “Europa per le imprese” si è scelto un tema fondamentale: la ricerca, l’innovazione e le possibili opportunità di finanziamento fornite dalla nuova programmazione comunitaria.

Questo è stato, infatti, l’argomento affrontato in occasione del **convegno**, tenutosi lo scorso 3 aprile presso Confindustria Verona, dal titolo: **“Strumenti europei di finanziamento a supporto di progetti di innovazione e ricerca”**, che ha illustrato la struttura, i principi e le finalità del Programma Horizon 2020, il più vasto programma di ricerca mai varato dall’Unione Europea, attivo per tutto il settennio 2014-2020.

Si sono susseguiti relatori di alto profilo che hanno esposto con un taglio pratico e concreto le modalità di accesso ai bandi comunitari ed i principali elementi dell’elaborazione di un progetto europeo.

La testimonianza aziendale di ICI Caldaie SpA ha

poi tradotto la teoria in pratica, esponendo la propria esperienza di successo nella partecipazione a progetti di ricerca finanziati con fondi europei.

L’incontro è stato anche l’occasione per illustrare gli **strumenti operativi a disposizione per la collaborazione tra mondo della ricerca e mondo delle imprese**, ed in particolare per approfondire l’accordo tra Confindustria Verona e Confindustria Trento volto ad offrire alle proprie imprese un **servizio di supporto nella valutazione della partecipazione ai bandi europei**.

Horizon 2020 presenta, infatti, interessanti novità specificamente pensate per stimolare il coinvolgimento del mondo imprenditoriale nei progetti di ricerca e innovazione. Per le imprese, si tratta dunque di **un’occasione importante per stringere strategiche collaborazioni con centri di ricerca d’eccellenza e partner europei**, in un’ottica innovativa di lungo termine.





Riello Presidente della Camera di Commercio

E' Giuseppe Riello il nuovo Presidente della Camera di Commercio, eletto all'unanimità dal Consiglio Camerale per il quinquennio 2014-2019

Quarantanove anni e due figli, Giuseppe Riello, figlio di Pilade, ha sempre lavorato nel rinomato gruppo di famiglia. "Amo la mia città" ha affermato subito dopo l'elezione "e penso che abbia ancora tante potenzialità inesprese che noi abbiamo il compito di tentare di trasformare in occasioni concrete di sviluppo. Lavoreremo insieme avendo un unico obiettivo: lo sviluppo del nostro territorio.

Vorrei che tutte le decisioni che assumeremo nei prossimi

“Un segnale importante di come si faccia a passare dalle parole ai fatti”

Giuseppe Riello



I ringraziamenti di Confindustria Verona



Giulio Pedrollo e la Giunta di Confindustria Verona ringraziano il Presidente **Alessandro Bianchi** per l'intenso lavoro svolto nei cinque anni di presidenza.

anni rispondano ad alcune domande fondamentali: semplifica la vita delle attività economiche? Serve ad attirare attività imprenditoriali sul nostro territorio? Rende Verona più competitiva? Solo dentro questo quadro saremo sicuri che stiamo lavorando bene”.

Il Presidente di Confindustria Verona Giulio Pedrollo ha commentato “Abbiamo assistito ad una votazione che ci deve inorgoglire per la compattezza che il sistema dell’economia veronese ha dimostrato unendosi all’unanimità attorno al nome di Giuseppe Riello” E aggiunge: “In questo momento è un segnale importante di come si faccia a passare dalle parole ai fatti e come si dà prova di senso di responsabilità.

Il collega Riello è un campione della nostra imprenditoria, che siamo stati molto felici di poter mettere a disposizione del territorio. Il presidente Riello sarà il presidente di tutti e lavorerà nel modo migliore per lo sviluppo e il benessere della nostra Provincia”.

La Nuova Squadra

La Giunta della Camera di Commercio è composta da 8 consiglieri in carica per i prossimi cinque anni:

Paolo Arena e **Nicola Baldo** per il settore turismo, **Andrea Bissoli** e **Andrea Prando** per l’artigianato, **Gianni Dalla Bernardina** per i servizi alle imprese, **Maurizio Danese** per il commercio, **Silvia Nicolis** per l’industria, **Claudio Valente** per l’agricoltura.



Maurizio Danese e il neo Presidente Giuseppe Riello.



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

SERATE
DI MARCA

“Le Serate di Marca diventano un brand”

L'intervento del Presidente Giulio Pedrollo nell'ultimo appuntamento nella sede di Calzedonia ha incorniciato il successo dei 4 incontri

Ideati proprio da **Sandro Veronesi, Presidente del Gruppo Calzedonia** e **Vicepresidente per lo Sviluppo della Reputazione d'Impresa di Confindustria Verona**, i quattro incontri hanno ospitato quattro imprenditori veronesi che si sono raccontati attraverso le strategie di comunicazione messe in atto per la creazione del proprio brand di successo.

Una carrellata di definizioni, quelle ricordate dal **Presidente Pedrollo**, che meglio hanno disegnato i contorni delle eccellenze imprenditoriali

protagoniste per il loro approccio al brand e alla comunicazione nei precedenti incontri. A partire dal primo appuntamento con il **Pastificio Rana**, dove **Gian Luca Rana** ha definito il marchio “non solo chiacchiere e distintivo», oppure **Sandro Boscanini, patron di Masi Agricola** che nel secondo incontro l'ha identificato con “la capacità di coniugare tradizione e innovazione”.

O ancora l'idea di brand di **Andrea Pernigo, Just Italia**, che nel terzo incontro lo ha rappresentato «nella testa dei consumatori».

4 brand per 4 storie imprenditoriali di successo.

→ Masi

→ Just

→ Calzedonia

“Le Serate di Marca diventano un brand”

SERATE
DI MARCA



Masi Agricola

La capacità di coniugare tradizione e innovazione

“La vigna l’è bona de far el debito, ma anca de pagarlo”.
**A dimostrare che i vecchi detti spesso dicono il vero, la
storia della famiglia Boscaini**

Masi Agricola Spa è l’azienda della famiglia **Boscaini** da sette generazioni, una delle prime cantine d’Italia con un fatturato che supera i 70 milioni di euro e una produzione di 12,5 milioni di bottiglie esportate in 93 Paesi nel mondo.

Per il secondo appuntamento di ‘Serate di Marca’, oltre cento gli imprenditori che in Villa Serego Alighieri sono stati ospiti di **Sandro Boscaini**, che con i figli **Alessandra, Raffaele** e i fratelli **Bruno** e **Mario** oggi guida l’azienda.

I Numeri di Masi

oltre
70

Milioni di euro
di fatturato

milioni
12,5

La produzione
di bottiglie annua

93

I paesi nel mondo
in cui esporta



Le immagini della serata.

Un'eccellenza che comincia il suo corso nel 1772 quando la famiglia Boscaini compra il podere Vaio dei Masi a Torbe. Seguono poi il trasferimento nel 1880 a Marano e le collaborazioni nel 1973 con i Conti Serego Alighieri, discendenti diretti del sommo poeta Dante, e nel 2007 con i Conti Bossi Fedrigotti nel Trentino, perseguendo l'ambizioso progetto di recuperare l'antico lustro della tradizione vitivinicola della nobiltà triveneta.

E che il legame con il territorio sia importante, lo chiarisce subito **Sandro Boscaini**: "Un marchio aziendale forte, si accompagna sempre a un marchio collettivo forte. Tanto più il marchio del territorio è significativo, tanto più prevale sul marchio aziendale.

Un'azienda con innovazione di processo, di prodotto e capacità commerciale, affermando il suo marchio, rafforza il marchio collettivo".

“Tanto più il marchio del territorio è significativo, tanto più prevale sul marchio aziendale.”

Sandro Boscaini



Questo **l'impegno e la filosofia** che sono alla base della **mission di Masi**, come comprova il recupero e l'utilizzo delle uve veronesi Oseleta, preziose ma poco conosciute, coltivate in un vigneto sperimentale insieme ad altri 48 vitigni locali.

Capacità di **coniugare tradizione e innovazione** è ciò che ha portato l'azienda a creare nel suo interno il **Gruppo Tecnico Masi**, formato da esperti di viticoltura ed enologia, che oggi collabora con prestigiosi Istituti e Università. Come spiega Boscaini "abbiamo puntato, a partire dagli anni '70-'80, sulla ricerca, dando vita ad un gruppo di lavoro apposito, proprio quando tutti gli altri erano preoccupati di fare quantità e poco qualità".

Sperimentazione che ha dato i suoi frutti con la famosa Masi Expertise nell'appassimento delle uve, una tecnica oggi certificata dal marchio **"Appaxximento"**, a cui tutti possono accedere ma, come specifica Sandro Boscaini, "bisogna essere in grado di farlo bene come lo facciamo noi".

E da Masi il vino lo sanno fare davvero bene.

A testimonianza, il titolo di **Mister Amarone**, ampiamente riconosciuto in tutto il mondo a Sandro Boscaini, principale produttore e ambasciatore del pregiato vino, di cui una collezione unica di preziosi Cru e grandi annate si trova nella Cantina Masi privata.

La cultura territoriale torna ancora nel **Premio Masi**, conferito per la prima volta nel **1981**, che attribuisce **un riconoscimento a personaggi che si sono particolarmente distinti nei campi della letteratura, dell'arte, del giornalismo, della scienza e dello spettacolo** e che, con la loro opera, hanno promosso e valorizzato le capacità della gente veneta.

“Abbiamo puntato, a partire dagli anni '70-'80, sulla ricerca, dando vita ad un gruppo di lavoro apposito.”

Sandro Boscaini

Il premio non poteva che essere altrettanto significativo: una botte di Amarone di Masi. Oggi, nell'era digitale, continua l'impegno della Masi Agricola nel **brand building**. Con la gestione di ben 11 siti internet, tra cui www.masi.it, www.fondazionemasi.it, www.appaxximento.it, www.masigreen.it e la presenza sui social network Facebook e Twitter, Masi è la seconda cantina italiana per utilizzo dei media.

Passione, tradizione e innovazione. Così Sandro Boscaini ha salutato i suoi ospiti, chiudendo la serata: "Noi il vino lo vendiamo perché muove emozioni".

“Le Serate di Marca diventano un brand”

SERATE
DI MARCA



Just Italia

“Il brand è nella testa della gente”

Pernigo: “E’ un passo avanti rispetto al marchio, non appartiene del tutto all’impresa. Si trova nella testa delle persone che identificano in quel nome uno stile di vita”

E’ questa l’idea di brand illustrata da **Andrea Pernigo, direttore finanziario di Just Italia**, l’azienda di famiglia che guida assieme alla sorella, **Daniela Pernigo, direttore marketing**.

Oltre 200 gli imprenditori presenti nella sede di Grezzana in occasione del terzo appuntamento con “Serate di marca”, ospiti della **società leader nella vendita a domicilio di cosmetici naturali realizzati in Svizzera**, nel cantone di Appenzell dove ha sede la casa produttrice **Just International AG**.

I Numeri di Just

21_{mila}

incaricati in Italia.

140

Milioni di euro di fatturato nel 2013.

1500

rivenditori all'estero.



Le immagini della serata.

Il 2013 ha chiuso con **140 milioni di euro di fatturato, 100 dipendenti nell'headquarter di Grezzana, 21 mila incaricati in Italia, 150 mila prodotti alla settimana riforniti dalla casa madre, 1500 rivenditori all'estero.** Questi i numeri del successo di Just Italia che, proprio quest'anno festeggia i **primi 30 anni di attività.**

Era il 1984, infatti, quando i 4 soci fondatori Angelo Salvatori, Claudio Hoelbling, Graziella Zanini e Adriano Novarina, decisero di scommettere sulla qualità dei prodotti naturali Just e iniziarono a distribuirli in Italia dalla sede di Grezzana, scegliendo come unico ed esclusivo canale la **vendita a domicilio** e il **rapporto diretto e personale** con venditori e

“Nonostante il marchio non fosse di nostra proprietà, abbiamo iniziato un lavoro importante di corporate identity.” **Daniela Pernigo**

consumatore finale. “L'immagine Just dei primi anni '80 era piuttosto naïf e, nonostante il marchio non fosse di nostra proprietà, abbiamo iniziato un lavoro importante di corporate identity” racconta Daniela Pernigo “Il pubblico era più attratto da tutto ciò che ruotava attorno alla tecnologia, piuttosto che dalla cosmetica naturale.



“Natura, benessere e bellezza, fiducia nelle relazioni, tradizione e innovazione sono i pilastri di Just Italia.”

Daniela Pernigo

Perciò la priorità è stata conoscere il nostro target e costruire la filosofia da trasferire. Siamo passati da una concezione product oriented ad una filosofia marketing oriented, dove **il consumatore è al centro di tutto il nostro mondo**”.

Il canale di vendita è un'importante chiave di lettura di Just:

contatto diretto con i venditori per la quale c'è un forte investimento in formazione da parte dell'azienda, ma soprattutto un importante rapporto diretto e aperto con il cliente.

Sì perché i numeri di Just poggiano proprio su un canale di vendita che, già negli anni '80, era del tutto particolare. Quando le maggiori aziende sul mercato iniziano importanti investimenti in comunicazione la strategia di Just va nella direzione opposta: **il rapporto one to one, la fiducia, il passaparola**.

Pochissima la pubblicità che, tra l'altro, non raggiunge gli obiettivi auspicati. E si è rivelata una scelta vincente. “La vendita a domicilio, per noi, ha avuto e continua ad avere successo in Italia, mentre negli altri Paesi è difficile da replicare per diverse dinamiche familiari e culturali. Ad oggi, stiamo comunque crescendo anche all'estero.

Un Paese interessante, che ci sta dando soddisfazioni, nonostante le difficoltà iniziali, è la Slovenia, che ha

il nostro stesso modello di relazione. Ma vogliamo continuare a crescere.”

Costruire una solida e chiara identità e verificarla costantemente, trasmettere al consumatore i valori e la personalità dell'azienda “dalla mente svizzera e il cuore italiano”, sono gli step che hanno consentito a Just di diventare un brand di successo.

“Natura, benessere e bellezza, fiducia nelle relazioni, tradizione e innovazione sono i pilastri di Just Italia” conferma **Daniela Pernigo**, “Sono i tasselli che vanno a comporre la nostra identità che, a maggior ragione nel nostro settore, va costantemente verificata per capire meglio il nostro posizionamento sul mercato e darci elementi oggettivi per ragionare sulle nuove strategie da scegliere per il futuro.”



“Le Serate di Marca diventano un brand”

SERATE
DI MARCA



Calzedonia

Il nostro DNA? La specializzazione Veronesi: “Tutto è nato dall’intuizione che il potere economico stava passando dall’industria alla distribuzione”

Inizia così il racconto dell’avventura imprenditoriale di Sandro Veronesi, Presidente del Gruppo Calzedonia. Qual è il risultato di questa intuizione? Sfilarsi dal rapporto di forza con i grossisti che decidevano il prezzo e lo stile, per proporre sul mercato il proprio prodotto, di qualità e ad un prezzo competitivo.

“Fino a quel momento i negozi di calze vendevano solo calze, pochissime erano le mercerie o i negozi specializzati e solamente di alta gamma. Il nostro DNA è stato la carta vincente: specializzazione.”

Da qui nasce il mondo Calzedonia su cui si innestano negli anni a seguire **Intimissimi**, **Tezenis**, **Falconeri** e l’ultimo nato, **SignorVino**, per un totale di 26mila dipendenti. “Ma”, ricorda Sandro Veronesi, “quando sono partito nel 1986 eravamo in tre”.

I Numeri di Calzedonia

oltre
3.500

Negozi al Mondo.

oltre
1.500

Punti vendita in Italia.

1,5

Miliardi di Fatturato
nel 2012

“Un giorno”, racconta, “un’agente pubblicitaria di Canale5 ci venne a trovare in azienda e mi chiese: “Ma perché non fate pubblicità in televisione?”, mi dissi “Perché no?”.” Quasi un caso l’esordio di Calzedonia nel mondo della comunicazione e della pubblicità.



Le immagini della serata.

La **voglia di crescere, di sperimentare, di mettersi in gioco** sono state le leve per provarci. Un percorso tenuto a battesimo nel **1990**, con una telepromozione all'interno della trasmissione di culto di quegli anni della televisione generalista, "Non è la Rai", con protagonista una giovanissima Ambra Angiolini nelle vesti di consumata conduttrice.

L'inizio di un percorso che va ad identificare nel tempo un brand ed un messaggio sempre più efficace e raffinato. Si susseguono gli spot: da "**Speriamo che sia femmina**" nel **2006**, al tango di Monica Bellucci nel **cortometraggio** con la regia

di Gabriele Muccino per la campagna Intimissimi nel **2007**, oppure "**Sorelle d'Italia**" nel 2009 per Calzedonia, al centro di molte polemiche per la rivisitazione delle parole di Mameli nell'inno italiano in un omaggio tutto al femminile.

“ Il nostro DNA è stato la carta vincente: specializzazione. ”

Sandro Veronesi



“Lanceremo un reality su Sky e, a settembre, Calzedonia On Ice, all’Arena.”

Sandro Veronesi

eleganza: l’attrice Kasia Smutniak.

Ma per Veronesi non è pensabile fermarsi qui. La nuova frontiera della comunicazione è quella della **pubblicità entertainment**, dello spettacolo. Così nasce nel 2013 **Calzedonia Summer Show**, una sfilata delle collezioni mare donna, uomo e bambino alla quale partecipa tutto il mondo della moda e dello **spettacolo** più patinato, le blogger di grido e le celebrities internazionali.

Un evento mediatico di grandissimo successo, della quale i periodici di moda il web e i social network parlano per mesi.

Parola d’ordine “specializzazione”, quindi. Un brand che passa ad oggi attraverso l’immagine riflessa negli **oltre 3500 negozi al mondo del Gruppo**, di cui **oltre 1500 in Italia**, per un **fatturato di oltre un miliardo e mezzo di euro nel 2012**, in crescita nel 2010 del 16%. Per un **investimento del 6-8% in comunicazione**.

I progetti per il futuro? “Lanceremo un reality su Sky e, a settembre, Calzedonia On Ice, all’Arena. Uno spettacolo sul ghiaccio che speriamo di portare anche fuori dall’Italia.” E per quanto riguarda Signor Vino conclude Veronesi “ Mi preparo per l’attività della mia terza età.”

Ma che colpisce nel segno. Nuovo il filone sperimentato poi da Tezenis, il brand più giovane di Casa Veronesi, che avvia il fenomeno delle sponsorizzazioni. Diventa lo **sponsor di un programma di riferimento per il target “teen”** in un matrimonio perfetto: Amici di Maria de Filippi.

Non mancano le novità nemmeno per i filati naturali del brand Falconeri, che vuole catturare un target diverso. Una **campagna stampa e video di grande impatto con una testimonial d’eccezione**, perfetta ambasciatrice per classe ed



Al via l'ottava edizione de Il Cenacolo dell'Impresa

È stato il "Brand" protagonista della prima della quattro serate dedicate alla diffusione della cultura d'impresa

Nell'incontro del 13 maggio a Villa Boschi, Isola della Scala, **Gabriele Ferron**, Socio amministratore di Riseria Ferron, **Laura Turri**, Socio Amministratore delegato di Oleificio Turri F.lli e **Sandro Veronesi**, Vice Presidente per lo Sviluppo della Reputazione d'Impresa Confindustria Verona, in un talk show moderato da **Carlo Massarini**, hanno illustrato agli imprenditori presenti come il marchio possa rappresentare un **fattore competitivo anche per le piccole imprese**.

L'edizione 2014 dal titolo "Guardare Oltre..." prevede altri 3 appuntamenti che

si terranno sul territorio della provincia, all'interno di **stabilimenti di imprese associate a Confindustria**, il naturale ambito d'azione dell'imprenditore.

“Attraverso il format del talk show, ampio spazio verrà riservato al dibattito e al confronto tra gli imprenditori.”

Luciano Barana



“Il nuovo ciclo sarà un successo: prevede l'introduzione di importanti novità” commenta **Luciano Barana**, presidente Piccola Industria di Confindustria Verona “l'ideazione di un nuovo logo grafico della manifestazione e la registrazione del marchio Il Cenacolo dell'Impresa, oltre all'adozione del format del talk show che si caratterizza per una maggiore freschezza e velocità, attraverso il coinvolgimento di esperti moderatori quali sono i **giornalisti Carlo Massarini e Lucio Bussi**, e ad un sempre crescente spazio alle testimonianze dei rappresentanti di imprese veronesi. Ampio spazio verrà poi riservato al dibattito e al confronto tra gli imprenditori intervenuti e si concluderà con un momento conviviale, da cui il nome Cenacolo”.

IL CALENDARIO DELLE PROSSIME SERATE

Nuova visione: sindacato, imprenditoria e cambiamento - 23 settembre ore 18.00 in Cad It, Verona.

Reagire e vincere nelle difficoltà - 14 ottobre ore 18.00 presso Borgo Rocca Sveva, Cantina di Soave, Soave.

La rete ri-genera Opportunità: reti d'impresa e altre aggregazioni - 18 novembre ore 18.00 all'Hotel Caesius Thermae & Spa Resort, Bardolino.



Il progetto è stato realizzato con la collaborazione di **Cassa di Risparmio del Veneto** ed il contributo di **Infogest**, oltre al **concreto supporto di 10 altre aziende associate a Confindustria Verona**: Autoservizi Pasqualini, Corsini Cancelleria, Europlan, La Fortezza, Office Automation, OpenUp By Cassiopea, Redoro, Social Meter by Maxfone, Team - Sistemi per comunicare, Vertours.



Iscriviti

su www.confindustria.vr.it.



IL CENACOLO™ dell'Impresa

edizione 2014
"Guardare Oltre..."



CONFINDUSTRIA
Verona
Piccola Industria

Il Brand: fattore competitivo anche per le piccole imprese

13 maggio ore 18.00

Villa Boschi, Isola della Scala (VR)

Moderatore:

Carlo Massarini, giornalista e conduttore televisivo

Interventi:

- Gabriele Ferron, Socio Amministratore Riseria Ferron
- Laura Turri, Socia Amministratore delegato Oleificio Turri F.Ili
- Sandro Veronesi, Vice Presidente per lo Sviluppo della Reputazione d'Impresa Confindustria Verona

Nuova visione: sindacato, imprenditoria e cambiamento

23 settembre ore 18.00

Cad It Spa, Verona

Moderatore:

- Lucio Bussi, Giornalista, capo della Redazione Economia e Interni-Esteri de L'Arena

Interventi:

- Roberto Bechis, Managing Director & Administrator Meggle Italia
- Luciana Breviglieri, Presidente Breviglieri
- Franco Zanardi, Vice Presidente per le Relazioni industriali e Affari sociali

Reagire e vincere nelle difficoltà

21 ottobre ore 18.00

Borgo Rocca Sveva, Cantina di Soave, Soave (VR)

Moderatore:

- Carlo Massarini, giornalista e conduttore televisivo

Interventi:

- Giuseppe Favretto, psicologo del lavoro, Ordinario di Organizzazione Aziendale e Direttore del Centro Imprenditoria Giovanile dell'Università di Verona
- Stefano Micelli, Direttore Scientifico Fondazione Nord Est
- Giulio Pedrollo, Presidente Confindustria Verona

La rete ri-genera Opportunità: reti d'impresa e altre aggregazioni

18 novembre ore 18.00

Hotel Caesius Thermae & Spa Resort, Bardolino (VR)

Moderatore:

- Carlo Massarini, giornalista e conduttore televisivo

Interventi:

- Michele Bauli, Vice Presidente Confindustria Verona per lo Sviluppo del business e le Reti d'Impresa
- David Berti, Presidente rete Verona Garda Bike
- Gianni Perbellini, esperto di reti in franchising

Segreteria Organizzativa:

Area Relazioni Associative

☎ 045 8099405/452

✉ piccola.industria@confindustria.vr.it

ISCRIVITI ONLINE

In collaborazione con



Con il contributo di

Infogest

Si ringrazia



IMPRESA
start up in azienda



IMPRESA
crescere insieme



le StartUp selezionate nel primo contest

Sono **17 le idee d'impresa selezionate dal Team Tecnico** come migliori candidate ad essere presentate alle **aziende associate di Confindustria Verona** per disegnare un **percorso in comune di crescita win-win** in azienda.

Il Team Tecnico, composto da imprenditori di successo del territorio, rappresentanti del mondo scientifico internazionale e universitario, **ha infatti valutato gli oltre 60 progetti ricevuti e selezionato i più interessanti.**



Iniziativa: **Algenery**

Settore: **Cleantech**

Ricerca, sviluppo e commercializzazione di un prodotto per la depurazione e di reflui zootecnici e successiva valorizzazione della biomassa cresciuta all'interno del refluo.

[→ Vai al sito](#)



Iniziativa: **CheckBonus**

Settore: **Web / Retail**

App per smartphone che funziona come una carta fedeltà, consente agli utenti di raccogliere punti/sbloccare promozioni e richiedere i premi del catalogo.

[→ Vai al sito](#)



Iniziativa: **Freeside Lab**

Settore: **Web / 3D printing**

Rete di intermediazione tra prodotti, design 3d e clienti per mettere in contatto designer con i loro elaborati originali e potenziali clienti, il tutto coadiuvato dalla finale produzione in concreto con stampanti 3d.

[→ Vai al sito](#)



Iniziativa: **Ginkgo**

Settore: **Meccanico/Plastico/Accessoristica**

Primo ombrello realizzato tutto in un unico materiale plastico. Leggero e colorato, assorbe urti e raffiche di vento flettendosi senza deformarsi ed è riciclabile al 100%. Componenti ridotti dai 120 degli ombrelli tradizionali ai 20 di Ginkgo.

[→ Vai al sito](#)



Iniziativa: **Green Rail**

Settore: **Meccanica / Cleantech**

Greenrail s.r.l. ha realizzato e brevettato una innovativa traversina per binari, realizzata con cemento, plastica riciclata e materiale derivante dal riciclaggio degli pneumatici.

[→ Vai al sito](#)



Iniziativa: **HI-MET**

Settore: **Chimica / Nanomateriali**

Tecnologie chimiche ed elettrochimiche per la produzione e commercializzazione di semilavorati metallici non ferrosi ad alto valore aggiunto quali polveri micrometriche e nanometriche di metalli ad elevato grado di purezza e nanostrutturati.

[→ Vai al sito](#)



Iniziativa: **iDROwash**

Settore: **Edilizia**

Trattamento e recupero di superfici di ampie metrature per mantenerle nel tempo con attenzione fondamentale al minor impatto ambientale.

[→ Vai al sito](#)



Iniziativa: **Medigenia**

Settore: **Biomedicale**

TerapiaSicura è il servizio di sanità digitale di Medigenia che aiuta a prevenire le reazioni avverse ai farmaci e a migliorare la qualità della vita dei pazienti. Grazie alla tessera sanitaria, controlla automaticamente e in tempo reale tutti i farmaci, parafarmaci, integratori ed erbe medicinali acquistati nelle farmacie Federfarma o prescritti dal medico di famiglia.

[→ Vai al sito](#)



Iniziativa: **Microbion**

Settore: **Biotecnologie**

Servizi e prodotti innovativi nel settore della microbiologia agro-industriale, alimentare e farmaceutica. Microbion è specializzata nell'utilizzo e nello sviluppo di metodi analitici innovativi basati sul DNA, che includono il sequenziamento e l'interpretazione di genomi, la selezione di ceppi microbici per applicazioni industriali e lo studio di ecologie microbiche complesse (es. microflora intestinale, campioni ambientali, alimenti lievitati e fermentati).

[→ Vai al sito](#)



Iniziativa: **Neuron Guard**

Settore: **Biomedicale**

Sistema integrato di protezione cerebrale per pazienti con ictus, trauma cranico grave e arresto cardiaco: si compone di un collare refrigerante ed un innovativo sistema di somministrazione di un farmaco ad azione neuro-protettiva.

[→ Vai al sito](#)



Iniziativa: **Noivion**

Settore: **Chimica / Coating**

Una nuova tecnologia produttiva per rivoluzionare la creazione di film ultrasottili per rivestimenti (coating): flessibile, veloce ed economica.

[→ Vai al sito](#)



Iniziativa: **Orange Fiber**

Settore: **Chimica / Fashion**

Sviluppo di tessili innovativi – cosmetotessili - per la moda partendo dagli scarti e dai sottoprodotti dell'industria agrumicola, attraverso processi innovativi che rendono possibile l'estrazione di cellulosa da scarti agrumicoli ed il suo uso per il settore tessile e attraverso nanotecnologie che fissano gli oli essenziali di agrumi ai tessuti permettendo così di ottenere tessuti funzionali al benessere del consumatore.

[→ Vai al sito](#)



Iniziativa: **Sapury**

Settore: **Food&Wine**

Sapury vuole “mettere in una scatola” i gusti della tradizione italiana con i suoi sapori DOC e consentire a ciascun consumatore nel mondo di replicare le nostre migliori a casa sua. Il progetto si rivolge sia al B2B che al B2C.

[→ Vai al sito](#)



Iniziativa: **Solwa**

Settore: **Green Tech**

Progettazione e di realizzazione di dispositivi ed attrezzature per depurazione delle acque, l'essiccamento e la gestione di matrici contenenti acqua, l'essiccamento degli alimenti, una nuova forma innovativa di agricoltura, con processi che utilizzano unicamente l'energia solare.

[→ Vai al sito](#)



Iniziativa: **SpeedyPlan**

Settore: **Logistica e Trasporti**

Soluzione Cloud nel campo della logistica per la gestione e ottimizzazione trasporto merci in una rete di punti di prelievo e consegna.

[→ Vai al sito](#)



Iniziativa: **Vito**

Settore: **Food&Wine**

Piattaforma sociale per wine lovers e sommelier fruibile tramite mobile app, che guida il consumatore nella comprensione e valutazione del vino che sta bevendo, ottenendo allo stesso tempo un sistema di rating omogeneo delle bottiglie in commercio.

[→ Vai al sito](#)



Nasce

il “Portale delle Imprese”

Istat e Confindustria insieme per sviluppare uno strumento innovativo al servizio delle aziende

Il carico statistico per le imprese è molto elevato. Molti sono gli enti che chiedono l'intervento delle aziende per realizzare indagini in grado di leggere le dinamiche socio economiche del territorio. E molti sono i questionari che queste devono compilare, spesso per obbligo di legge.

Per **migliorare il sistema di acquisizione delle informazioni**, Istat ha strutturato **un sistema innovativo** che ha un valore aggiunto interessante. La possibilità di **restituire in forma aggregata e comparativa i dati resi in un portale chiamato “Portale delle Imprese”**.

Questo tipo di restituzione è una **novità assoluta** tra tutti gli istituti di statistica nazionali e rappresenta una sorta di **“compensazione” per le imprese che sopportano un carico statistico troppo difficile da gestire**.

“Il portale dà la possibilità di avere in forma aggregata e comparativa i dati delle aziende.”

Alessandro Fedrigoni



Per permettere che questo strumento sia il più possibile aderente alle esigenze dell'impresa, **Istat e Centro Studi Confindustria** hanno coordinato alcuni incontri sul territorio di presentazione del progetto.

Alcune aziende associate a Confindustria Verona hanno potuto visionare in anteprima il Portale e porre osservazioni e suggerimenti migliorativi, in particolare rispetto alla restituzione delle informazioni.

In una prima fase di apertura della piattaforma, che avverrà in autunno, i dati resi riguarderanno il **commercio estero**, nella successiva fase di messa a regime totale, la restituzione sarà relativa ad **una base più ampia di dati derivanti dalle altre indagini Istat e dal censimento industria e servizi**.

"Il vero valore aggiunto" ha commentato **Alessandro Fedrigoni, Vice Presidente per il Centro Studi di Confindustria Verona** "è la possibilità di valutare il proprio posizionamento competitivo rispetto ai molti parametri presenti".

Confindustria Verona e Assolombarda sono state le **uniche territoriali del sistema confindustriale ad ospitare questi incontri** dai quali sono emersi interessanti suggerimenti che

permetteranno a tutte le aziende che partecipano alle rilevazioni statistiche inserimenti più veloci e rielaborazioni maggiormente utili e di supporto alle decisioni strategiche aziendali.

Le aziende che hanno partecipato al progetto:

- ✓ FEDRIGONI SPA
- ✓ FRANKE SPA
- ✓ GRUPPO ITALIANO VINI SPA
- ✓ ICI CALDAIE SPA
- ✓ INDEX SPA
- ✓ ISAP PACKAGING SPA
- ✓ MIDAC SPA
- ✓ PEDROLLO SPA

Nella prima fase di apertura della piattaforma in autunno i dati riguarderanno esclusivamente il commercio estero, nelle fasi successive invece la base sarà ampliata.



Aperitivo in azienda

aperitivo
in azienda

Il primo appuntamento 2014 al Punto Enel di Piazza San Nicolò, per i giovani imprenditori e la piccola industria



Prosegue anche quest'anno l'iniziativa **"Aperitivo in Azienda"** organizzata dal **Gruppo Giovani Imprenditori Confindustria Verona** e dalla Piccola Industria. La location del primo appuntamento di Aprile è stata il **Punto Enel Verona**.

A due passi dall'Arena, al **Punto Enel di Piazza San Nicolò** erano presenti **oltre 60 imprenditori del territorio**, è stata un'**ottima occasione per fare networking tra imprenditori** e per la **nascita di nuove opportunità di business** tra le imprese associate.



L'Azienda

Il **Punto Enel di Piazza San Nicolò** è stato inaugurato nel 2013. Nasce come spazio funzionale altamente tecnologico distribuito su 400mq. La clientela può trovare risposte agli interrogativi sul libero mercato di gas, energia ed efficienza energetica.



Adriano Bauli

Umiltà, famiglia, lavoro: il saluto ad un uomo dai grandi valori

“Ci sono famiglie che hanno costruito la Verona che stiamo vivendo. Bauli è una di queste, e noi non possiamo che essergliene siamo grati”. La città di Verona si è stretta così attorno alla famiglia nell’ultimo saluto ad **Adriano Bauli**, scomparso lo scorso 3 maggio all’età di 72 anni.

Era terzogenito di Ruggero Bauli, il quale nel 1922 iniziò la propria attività con un piccolo laboratorio di pasticceria e provando a sperimentare anche strade innovative, fino ad allora ancora inesplorate. Ad esempio l’idea di esportare una ricetta della tradizione veronese, il pandoro, in Argentina.

Adriano Bauli dirigeva la holding di famiglia, la Ruggero Bauli spa, e la Bauli Grill, che si occupa di ristorazione. Era anche vicepresidente della Sita, che gestisce il patrimonio immobiliare. Uomo riservato ma dai modi sempre gentili, è artefice con i fratelli Alberto e Carlo di un gruppo che, ad oggi, ha conquistato molti mercati internazionali e che dell’industria dolciaria d’eccellenza è diventato un vero e proprio sinonimo in tutto il mondo. Molti imprenditori e amici ricordano l’amico, il collega, l’uomo.

“Un amico” afferma Giordano Veronesi, alla guida di Aia “ci siamo conosciuti tanti anni fa quando eravamo

nei giovani di Confindustria. Avevamo poco più di vent’anni. Questa è brava gente, impegnata, che si dà da fare mantenendosi defilata. Abbiamo bisogno di persone così”.

“Un grande imprenditore dalla profonda umanità”, ricorda Pilade Riello, presidente di Riello Industries. E Giuseppe Manni, patron dell’omonimo gruppo dell’acciaio «Una persona molto seria, equilibrata, che pareva immune da quelle ansie e preoccupazioni da cui tutti noi siamo afflitti. Ha vissuto la sua vita pienamente». E il **Presidente di Confindustria Giulio Pedrollo** aggiunge “Adriano Bauli fa parte di una generazione che ha costruito grandissime imprese, senza mai apparire. Nella riservatezza ci ha insegnato molto. E stato presidente dei Giovani di Confindustria, come me. E la sua lungimiranza non è solo un ricordo, ma anche un esempio che non andrà dimenticato”.

“*Adriano Bauli è stato
Presidente dei Giovani
Imprenditori di Confindustria
Verona dal 1979 al 1981.*”



Renzo d'Arcano

“Maestro di vita esigente e corretto”

Questo uno dei tanti ritratti del patron di Calzaturificio Frau, Renzo d'Arcano, che si è spento lo scorso marzo all'età di 80 anni.

Friulano di San Daniele, d'Arcano aveva scelto proprio San Giovanni Ilarione per avviare, a 34 anni, il suo sogno d'impresa: dalle pantofole in feltro alle calzature, rigorosamente Made in Italy. Così, nel 1966, nasce Frau, là dove da Torino era emigrato nel 1952. Nel 1977 apre il secondo stabilimento a Montecchia di Crosara. Coerente fino in fondo con la propria idea di impresa, non si è mai lasciato tentare dalla corsa alla delocalizzazione, poiché la sua **filosofia di essere imprenditore** era sinonimo di **portare beneficio per tutti, dall'impresa, ai lavoratori, al territorio.**

Così, caparbiamente e con una passione straordinaria, l'azienda da lui fondata oggi dà lavoro a 211 persone e fattura 34 milioni di euro commercializzando in Italia e nel mondo scarpe da uomo, donna e bambino prodotti in Val d'Alpone .

In **Confindustria Verona** Renzo d'Arcano è stato **Presidente della sezione Calzaturieri e Concia dal 2007-2009 e primo Presidente della Sezione Moda nel biennio 2010-2012**, ricoprendo negli anni più **cariche associative di prestigio.**



Renzo d'Arcano.

“Renzo d'Arcano era un imprenditore di visione e di grandi valori. Era un galantuomo che ha reso onore alla sua terra con un'impresa che ha voluto sempre ancorata all'Italia” ricorda il **Presidente Giulio Pedrollo** “Anche nei momenti della grande delocalizzazione del settore calzaturiero Renzo ha fatto del made in Italy non solo una caratteristica dei suoi prodotti ma soprattutto un punto d'orgoglio. Con la sua tenacia è stato di esempio per molti, insegnando a tutti che fare impresa non vuol dire cercare di abbattere i costi in ogni modo ma vuol dire realizzare ciò in cui si crede salvaguardando un bene superiore che sono le persone che lavorano nelle aziende e le tradizioni legate alle persone.”

Cittadella Flash

Sarà la rete Verona Garda Bike ad ospitare in stage la vincitrice del premio di laurea sulle reti di impresa



David Berti, Presidente rete Verona Garda Bike, Aldo Bonomi, Vice Presidente Confindustria, Anthea Giada Galleran, vincitrice primo premio di laurea sulle reti di Impresa, Maurizio Faroni, Direttore Generale Banco Popolare

Prosegue il successo di **Verona Garda Bike**, una tra le prime **Reti di impresa turistiche nate in Italia**, divenuta ora un modello a livello nazionale. Un importante riconoscimento alle attività per il cicloturismo con forti ricadute sul territorio veronese svolte dalle cinque aziende **Europlan, Bellatrix, Museo Nicolis, Gruppo Italiano Vini e Oleificio F.lli Turri**, è arrivato anche a livello nazionale: **RetImpresa e Banco Popolare hanno consegnato il primo premio di laurea sulle Reti di Impresa** ad una giovane laureata con la tesi "Il ruolo delle Reti d'Impresa per l'internazionalizzazione delle PMI italiane". Il premio consiste in uno stage della durata di 6 mesi, da svolgere presso la Rete Verona Garda Bike.

Il **Presidente della Rete David Berti**, che ha consegnato il premio alla vincitrice alla presenza di **Aldo Bonomi, Vice Presidente Confindustria per le Reti di Impresa, filiere e aggregazioni** e di **Maurizio Faroni, Direttore Generale Banco Popolare**, si è dichiarato sin da subito disponibile ed ha accettato con grande entusiasmo l'iniziativa. "E' senz'altro un riconoscimento importante a livello nazionale al lavoro che stiamo svolgendo per promuovere il territorio ed attrarre nuovo turismo" afferma Berti, "ed è anche una grande opportunità per sviluppare una nuova idea di stage, sicuramente più attiva e integrata in complesse realtà aziendali, in grado di valorizzare al meglio le capacità professionali dello stagista".



Franco Zanardi, Presidente Cim&Form.

Franco Zanardi nominato Presidente di CIM&FORM, la società di formazione che fa crescere le aziende da 20 anni

È **Franco Zanardi** il nuovo **Presidente di Cim&Form**, la società di formazione collegata a Confindustria Verona che ha **rinnovato i suoi vertici per il triennio 2014-2017**.

Zanardi succede a Danilo Valerio che ha concluso il suo mandato, e sarà affiancato nelle attività dai consiglieri **Rita Paola Carisano e Franco Zandomeneghi**. "Desidero innanzitutto ringraziare Danilo Valerio e gli altri consiglieri: Giuseppe Beghini, Cinzia La Rosa e Attilio Lonardi per il grande lavoro svolto in questi anni. – ha commentato Franco Zanardi – Raccogliendo con orgoglio il loro testimone mi impegnerò per rafforzare le iniziative di sviluppo della formazione continua nelle aziende e la nostra presenza nei confronti del mondo della scuola e dell'Università".

Cim&Form offre da oltre 20 anni supporto alle attività formative aziendali: nel 2013 sono state oltre 26 mila le ore di formazione erogate e 9000 i partecipanti. Il supporto comprende anche l'acquisizione e gestione dei finanziamenti per la formazione. Le attività formative 2013 sono infatti state finanziate per il 24% con il Fondo Sociale Europeo, per il 65% attraverso Fondimpresa/Fondirigenti e per l'11% con voucher. "Questi numeri – prosegue il Presidente - ci confermano come il punto di riferimento non solo per le imprese associate a Confindustria Verona ma per tante attività economiche del territorio".

La Rete Funghi di Bosco rinnova l'esperienza positiva per altri tre anni



Il Presidente Sara Reniero e gli altri imprenditori della Rete.

Grazie alla positiva esperienza accumulata, le **18 aziende** che fanno parte della **Rete per la Tutela dei funghi di bosco** hanno deciso di **rinnovare la propria collaborazione per altri tre anni**. La Rete, nata il 21 luglio 2010 a Verona presso Confindustria con l'appoggio del Consorzio Coverfil, rappresenta una delle prime esperienze di Rete italiana e riunisce imprese del Triveneto e della Lombardia. **Sara Reniero**, confermata **Presidente**, ne ribadisce l'importanza per le aziende legate

all'importazione, lavorazione e commercializzazione dei funghi spontanei di bosco. "La Rete" afferma Sara Reniero, "è stata per noi uno strumento indispensabile per **presentarci in maniera unitaria nel confronto con le istituzioni e con gli altri interlocutori del settore**". L'attività si concentrerà sul raggiungimento della **chiarezza normativa** sui funghi di bosco, e intende far **comprendere al consumatore le qualità e le caratteristiche** di questo prodotto naturale. Ampio spazio verrà dato al **finanziamento di apposite ricerche scientifiche**, che avranno lo scopo di predisporre protocolli di qualità che facciano comprendere al mercato che alle spalle di un prodotto naturale, qual è il fungo, ci sono comunque aziende organizzate che investono in qualità, ricerca, formazione del personale e sicurezza alimentare.



CONFINDUSTRIA

La mediazione delle liti: da obbligo normativo a opportunità per le imprese

Come **risparmiare tempo e denaro**? Come contenere i **rischi** causati dall'imprevedibilità dei procedimenti giudiziari e arbitrali in caso di conflittualità commerciale? Una efficace risposta si trova nell'istituto della **mediazione**.

Il **workshop organizzato da Confindustria Verona**, in collaborazione con Alta Scuola Sistemi formativi di Confindustria, si è rivelato una buona **occasione di discussione e di approfondimento** sul tema della **mediazione civile**, di sicuro interesse sia per le imprese, spesso coinvolte in lunghi e costosi contenziosi, sia per gli operatori del settore, che sono chiamati a gestire e risolvere le varie situazioni di conflittualità.

In particolar modo si è voluto fornire indicazioni pratiche sul funzionamento di questo nuovo strumento, mettendo in evidenza i diversi vantaggi che può offrire sia in termini di rapidità di soluzione delle controversie sia in termini di contenimento dei costi.

Molto istruttiva, e peraltro molto apprezzata dai numerosi partecipanti, è stata la **simulazione dal vivo di una procedura di mediazione**, che ha mostrato come il mediatore riesca a riaprire la comunicazione tra le parti in conflitto e ad agevolare la negoziazione, fino ad arrivare ad una soluzione soddisfacente ed efficace della controversia che rende quindi possibile il ripristino o la "manutenzione" delle relazioni umane e di lavoro.

Head of the Board. Un incentivo alle quote rosa nei CDA aziendali

Se nel 2011 la presenza femminile era del 7,4%, a fine giugno 2013 - fonte Consob - un 17% dei posti di consigliere è ricoperto da donne. E ancora in 198 imprese, erano 135 a fine 2011, almeno una donna è presente nel board. (Fonte: Il Sole 24Ore)

Da qui parte "Head of the board", un progetto di formazione attivato da **CIM & FORM** società di formazione di Confindustria Verona, e in collaborazione con **Confindustria Mantova**, a **supporto delle donne manager**, in risposta alla Legge 120/2011 Golfo-Mosca che introduce le cosiddette **quote rosa nei consigli di amministrazione**, stabilendo una **soglia minima del 20% nelle aziende quotate in borsa**.

"Head of the board" ha visto la partecipazione di **imprenditrici di Verona e Mantova**, impegnate da dicembre dello scorso anno allo scorso mese di aprile in **incontri formativi** tenuti da docenti qualificati dell'**Università Cà Foscari di Venezia**. L'esito positivo dei test finali ha permesso di conseguire **l'attestato finale** necessario per richiedere **l'ammissione all'Albo Regionale di candidate al ruolo di componenti in CdA**, istituito da Confindustria Veneto.

"Vedo provvedimenti come la Legge Golfo-Mosca un passaggio storico e mi auguro transitorio, una terapia d'urto per favorire il contributo femminile al governo delle imprese. Le competenze femminili ci sono eccome, è necessario selezionarle al meglio secondo le specifiche esigenze aziendali, puntare al merito affinché possa innescarsi un percorso virtuoso per tutto il sistema" afferma **Valeria Squarzoni, Direttrice Amministrazione, Finanza e Controllo e membro del Consiglio di Gestione di Berner S.p.A.**, che ha partecipato al percorso di formazione.

Laura Turri, consigliere dell'azienda Turri F.lli Srl, ha invece sottolineato come la sua generazione abbia potuto vivere il cambiamento della presenza femminile nel mondo del lavoro. "Molte sono le donne che ricoprono ruoli di responsabilità. Ecco perché quando sentivo parlare della legge Golfo-Mosca ero perplessa poiché ritenevo improprio imporre una presenza di genere, nei Cda. Approfondendo però l'argomento, mi resi conto che poche donne, nonostante le competenze, sedevano nei board dato che rappresentavano, nel 2010, solo un 4%. Grazie a questa legge oggi la percentuale è al 17% e si è cominciato un percorso culturale che

spero faccia sì che esista un contesto più favorevole all'ascesa delle donne ai vertici aziendali.”

La reputazione on line. Opportunità per il settore ricettivo in prospettiva Expo 2015



Silvia Nicolis, Presidente della Sezione Turismo di Confindustria Verona.



Giuseppe Riello, Delegato Confindustria Verona per l'Expo 2015

“Un cliente soddisfatto è la miglior pubblicità a costo zero”. Questo il principio fondamentale da ricordare secondo **Vittorio De Otto, E-Reputation Specialist**, che ha approfondito il tema **“La reputazione on line”** nel convegno organizzato da **CIM & FORM Srl**, in collaborazione con la **Sezione Turismo di Confindustria Verona** e la società **Gustality** lo scorso 26 marzo in Confindustria Verona.

Le aziende e le strutture ricettive che hanno partecipato hanno avuto modo di confrontarsi su come difendere e monitorare la propria immagine, valorizzare le **potenzialità della comunicazione web**, riconoscendo in questa nuova frontiera uno strumento efficace per avere successo sul mercato.

Ad aprire i lavori **Silvia Nicolis, Presidente della Sezione Turismo di Confindustria Verona** che ha sottolineato come il web sia un'efficace strumento di promozione. “Il web è fondamentale per l'internazionalizzazione” ha affermato “per dare all'area Verona - Lago di Garda il posizionamento che merita favorendo l'arricchimento”.

Giuseppe Riello, Delegato Confindustria Verona per l'Expo 2015 ha chiuso il seminario evidenziando poi le opportunità da cogliere per il settore turistico-alberghiero del “Bel Paese” dall'evento Expo, partendo proprio da Verona. “Verona ha un vantaggio” ha dichiarato Riello “cioè essere sulla direttiva Venezia-Milano, i due punti d'arrivo principali per i turisti in visita all'Expo. I nostri fattori vincenti sul piano turistico si chiamano Lago di Garda, teatro, stagione lirica in Arena”.

CIM & FORM proporrà dal prossimo autunno i **nuovi corsi di formazione** sul tema della **comunicazione in rete** e per offrire un servizio di formazione al settore ricettivo-alberghiero.

- _ Il potere delle recensioni nel mondo del turismo
- _ PNL, accoglienza e comunicazione nel F&B
- _ L'abbinamento al cibo... non solo con il vino
- _ L'ottimizzazione del menù per una maggiore rendita finanziaria

Per maggiori informazioni contattare la Segreteria all'indirizzo segreteria.corsi@confindustria.vr.it oppure al numero 045.8099465.

→ **Chiedi Informazioni**



La Certificazione dei Contratti

Il Servizio è mirato alla certificazione giuridica del contratto con dipendenti (quali ad esempio contratti a termine, contratti a progetto, ecc.) e contratti di appalto.

LA CERTIFICAZIONE:



Verifica la **coerenza formale tra le clausole contenute nel contratto da certificare e la volontà espressa dalle parti stipulanti**;



Può essere richiesta, oltre che in materia di qualificazione del contratto, anche per dare presunzione di genuinità ad alcune delle clausole, senza che sia necessariamente messa in discussione la natura del medesimo;



Si qualifica come **importante strumento deflattivo del contenzioso**;



Conferisce **piena forza legale al contratto di tutti quei soggetti terzi nella cui sfera giuridica esso è destinato ad avere riflessi**.

IL SERVIZIO PREVEDE:

Il servizio prevede che il contratto da certificare venga predisposto in collaborazione con Confindustria Verona, anche tramite incontri e visite aziendali.

Il provvedimento di certificazione che ne scaturirà sarà adottato da un ente accreditato, l'**Università degli Studi di Modena - Fondazione Marco Biagi**.

LE CONDIZIONI ECONOMICHE PER LE AZIENDE

Per i costi relativi al servizio contattare l'Area Relazioni Industriali e Affari Sociali.

Per maggiori informazioni:
Area Relazioni Industriali e Affari Sociali di Confindustria Verona
(045 8099437, sindacale@confindustria.vr.it)

→ **Chiedi Informazioni**



Nuovi Associati

Conosciamo alcune delle aziende che sono entrate in Confindustria Verona



BENTOBX. PRO by Media Group

Bentobox.pro, il nuovo volto di **Media Group**, migliora i risultati comunicativi e commerciali dei propri Clienti attraverso prodotti e servizi Video, Web e Mobile integrati e producendo Eventi. Nell'intento di creare un luogo di crescita professionale ed umana tramite la condivisione di Know-How, Bentobox.pro divulga l'utilizzo consapevole di strumenti multimediali e la cultura della Rete.

[→ Vai al Sito](#)



TECH.PA. S.p.A.

Tech.Pa. S.P.A. è un'azienda storica nel panorama veronese, con più di vent'anni di presenza nel settore dell'automazione industriale. Sotto la guida del suo fondatore, Sig. Riccardo Pasetto, l'azienda si è specializzata nella progettazione e realizzazione di linee robotizzate con o senza sistemi di visione (robot antropomorfi o pick and place) ed impianti industriali. Vanta partnership con i più rinomati produttori di automazione e robotica, dai quali ha avuto anche riconoscimenti come azienda ad alto grado di specializzazione ed innovazione.

[→ Vai al Sito](#)



ENVITEC BIOGAS ITALIA SRL

EnviTec Biogas Italia contribuisce allo sviluppo della produzione energetica da fonti rinnovabili con impianti a biogas che partono da moduli di 75 kWel fino al parco biogas più grande al mondo (20 MW el), utilizzando un mix di materie prime rinnovabili, liquame, letame e sottoprodotti dell'industria alimentare. EnviTec Biogas ricopre tutta la filiera produttiva del biogas: progettazione, realizzazione chiavi in mano, messa in esercizio, gestione, assistenza tecnica e biologica. L'azienda, con sede a Verona, conta attualmente circa 43 impianti con una potenza complessiva di più di 39 MWel.

[→ Vai al Sito](#)



Unit Adv

Unit Adv è un'agenzia di comunicazione attiva da 26 anni che basa la sua forza tanto sull'esperienza quanto sul continuo aggiornamento e sulla ricerca di nuove professionalità, materiali, media e idee. Unit Adv condivide gli obiettivi dei propri clienti, gestendo la comunicazione sia web che tradizionale con un piglio innovativo ed una creatività spiccata. Rientrano in quest'ottica la creazione e gestione di siti, l'attività grafica, la creazione di campagne pubblicitarie, la gestione social, la progettazione di stand e in genere, tutte le attività che mirano alla creazione e alla diffusione di un'immagine che possa migliorare la percezione dell'azienda nel mercato.

[→ Vai al Sito](#)

In Agenda

“Jobs Act”: un approfondimento tecnico

Subito dopo la conversione in legge del decreto n.34 del 20 marzo 2014, Confindustria Verona organizza per le aziende associate un **convegno tecnico di approfondimento sul tema “Jobs Act”** e più in particolare sulle novità in materia di contratto a termine, somministrazione ed apprendistato.

Lavoro

Relatore sarà il Professore Arturo Maresca, Ordinario di Diritto del Lavoro presso la Facoltà di Giurisprudenza dell'Università degli Studi “La Sapienza” di Roma.

L'incontro, gratuito per le aziende associate, è in programma **lunedì 26 maggio 2014, alle ore 9.00**, presso la Sala Convegni di Confindustria Verona.

[→ Maggiori Informazioni](#)

“La fatturazione elettronica alla pubblica amministrazione: vincoli e opportunità”

In collaborazione con gli operatori economici della Sezione Servizi Innovativi e Tecnologici e con Confindustria Nazionale, Confindustria Verona ha organizzato, per **martedì 3 giugno 2014, alle 9.45**, presso la sede dell'Associazione, un seminario di approfondimento con l'obiettivo di tracciare un quadro di sintesi sui profili normativi, fiscali e tecnici della **fatturazione elettronica alla P.A.**, adempimento che, in via di prima applicazione, sarà obbligatorio dal 6 giugno 2014.

Verso l'impresa digitale

L'incontro, gratuito per le aziende associate, è inserito nel un più ampio **progetto “Verso l'Impresa Digitale”**, con il quale Confindustria Verona desidera sensibilizzare le imprese sulle opportunità derivanti dalla diffusione delle tecnologie dell'informazione, fornendo loro supporto nelle attività di implementazione degli strumenti ICT e di adeguamento dei processi aziendali.

Si ringraziano Office Automation Srl e Vecomp Spa per il contributo alla realizzazione del progetto.

[→ Maggiori Informazioni](#)

Notizie in breve

Air Liquide Italia firma il progetto di una nuova rete di teleriscaldamento



Gianluca Cremonesi,
Amministratore Delegato di Air Liquide Italia



È datata 15 marzo la firma ufficiale del verbale di inizio lavori della **nuova rete di teleriscaldamento** che verrà realizzata a **Castelnuovo del Garda** da **Air Liquide Italia**, multinazionale fortemente radicata sul territorio veronese e presente con uno stabilimento proprio nel comune di Castelnuovo.

L'amministrazione comunale e l'azienda hanno, infatti, concluso con successo un accordo per il recupero del calore sprigionato dal ciclo industriale dello stabilimento per la produzione di gas tecnici (ossigeno, azoto, argon) che altrimenti andrebbero a disperdersi nell'atmosfera. L'impianto servirà il polo scolastico, la palazzina servizi e gli impianti sportivi, ma in futuro potrà estendersi anche alla nuova sede della Protezione civile, alle aziende con sede lungo il percorso e alle future lottizzazioni previste dal Patì, nell'area compresa tra Castelnuovo e la frazione di Cavalcaselle. **Gianluca Cremonesi, amministratore delegato di Air Liquide Italia** ha commentato "Abbiamo aumentato l'investimento per fare in modo che anche un vecchio impianto serva il teleriscaldamento, una doppia possibilità resa necessaria dal fatto che il nuovo è al momento sottoutilizzato dalle aziende che serviamo sulla direttrice Milano - Genova." Un plauso per il risultato raggiunto è arrivato dalle autorità presenti alla cerimonia d'inaugurazione tra cui il **sindaco di Castelnuovo del Garda Maurizio Bernardi**, l'**assessore regionale ai Lavori pubblici ed energia Massimo Giorgetti** e il **Consigliere incaricato per il Territorio e le Infrastrutture di Confindustria Verona Giorgio Adami**, che ha aggiunto "Questa collaborazione evidenzia l'importanza della sinergia tra pubblico e privato per lo sviluppo del territorio. Air Liquide è l'esempio di come una multinazionale possa scommettere di investire sul territorio per dare linfa al tessuto imprenditoriale, creando occupazione e valorizzandone le potenzialità".

Panificio Zorzi porta nelle scuole primarie "buoni come il pane"



Gianni Zorzi, Presidente di Panificio Zorzi

Perché ci nutriamo di panificati? Perché il loro consumo è importante nella dieta mediterranea? A questo e ad altri interrogativi si propone di rispondere il **progetto educativo di Panificio Zorzi Srl**, azienda che dal 1960 produce sostituti del pane a Brentino Belluno (VR).

"**Buoni come il pane**" è un **percorso formativo e educativo, patrocinato dalla Regione Veneto**, disponibile gratuitamente per le scuole primarie della provincia di Verona. Il progetto propone tanti argomenti interessanti attraverso un sussidiario e laboratori (entrambi gratuiti per le scuole di Verona, fino a esaurimento disponibilità) che si svolgono direttamente nelle classi, accompagnati dalla consulenza degli **educatori di Pleiadi srl**, società specializzata nella divulgazione scientifica. "Teniamo molto a questa iniziativa - spiega **Gianni Zorzi, Presidente di Panificio Zorzi** - perché l'attenzione dei bambini al mondo pane è molto alta. Noi, con grande fiducia e attesa, abbiamo deciso di condividere con loro la nostra esperienza, realizzando un progetto che non fosse solo educativo, ma anche e soprattutto divertente".

"Buoni come il pane", dopo una fase di test, da quest'anno è disponibile per le scuole della provincia di Verona che ne fanno richiesta tramite il sito web www.buonicomeilpane.it oppure chiamando il numero verde 800 031 685. Dal prossimo anno scolastico (2014/2015) sarà disponibile anche per tutte le scuole del Nord Est che ne faranno richiesta.





Un evento non solo economico ma anche culturale. Intervista a Ettore Riello Presidente di Veronafiere

L'edizione 2014 del Vinitaly si è chiusa con un enorme successo. Oltre ai **numeri degli operatori, circa 155.000 in quattro giorni**, sono state numerose le presenze delle istituzioni culminate con la visita del Presidente del Consiglio Matteo Renzi.

Presidente Riello, qual è il segreto del Vinitaly?

È un sistema di business globale, di andata e ritorno dall'Italia all'estero e, viceversa; lavora su più fronti, più canali e mercati, italiani e internazionali, con grandi risultati come dimostrano i numeri di questa edizione.

Come si spiega il successo delle iniziative VinInternational e Vinatlybio?

Innovare è da sempre la parola d'ordine per Veronafiere. Ogni anno presentiamo novità e quest'anno abbiamo lavorato con attenzione sull'incoming investendo 1,5 milioni di euro. Le nuove iniziative si sono sviluppate su una crescente internazionalizzazione, come VinInternational, un intero padiglione dedicato

agli espositori esteri e una nuova area per il b2b per favorire relazioni e scambi commerciali, con particolare scrupolo per le produzioni biologiche, come Vinitalybio, il salone realizzato con FederBio e riservato ai vini biologici certificati che valorizzano le produzioni enologiche che seguono le norme UE e per rispondere ad una precisa domanda di mercato, in particolare dei Paesi del Nord Europa, dell'America del Nord e dell'Estremo Oriente. Come ogni anno, Vinitaly ha presentato Sol&Agrifood ed Enolitech, i due saloni che completano l'offerta con l'eccellenza del food e delle tecnologie per la viticoltura, l'enologia e l'olivicoltura Made in Italy. Tre manifestazioni per una vetrina internazionale unica che fa dell'agroalimentare di qualità il proprio punto di forza: un comparto che vede l'export italiano protagonista con 33 miliardi di euro nel 2013, di cui 5 totalizzati dalla filiera vinicola e 1,3 da quella olearia.



Ettore Riello - Presidente di Veronafiere

Vinitaly si sta affermando sempre di più come kermesse a tutto tondo che coinvolge tutta la città di Verona dove non esiste un'iniziativa analoga. Come si arriva a costruire un fenomeno economico e culturale?

Veronafiere è da sempre molto vicina alla città; grazie alla collaborazione con le istituzioni locali abbiamo negli anni ideato e fatto crescere manifestazioni in grado di generare forte impatto sul territorio, creando indotto in città e in provincia, rafforzando l'immagine di Verona e del Veneto nel mondo. In particolare con Vinitaly abbiamo negli anni lavorato per creare la cultura del vino raccontando le peculiarità che differenziano un vino da un altro: la qualità, il territorio, il vitigno, le tradizioni di vinificazione. Va in questa direzione anche l'accordo con Expo 2015 siglato lo scorso anno che prevede una serie di iniziative già in programma e sotto il marchio di OperaWine&FoodExpo che coinvolgeranno la città di Verona, la Regione del Veneto e tutte le regioni vinicole d'Italia.

Il ministro Martina ha confermato l'incarico per il padiglione del vino ad Expo 2015.

Quali sono i progetti e le prospettive per questa importante manifestazione?

Expo ha in primis una valenza di portata umana e mondiale, ma tutti sappiamo ciò che rappresenta per il sistema Italia e per il comparto agroalimentare che Veronafiere sostiene concretamente da oltre 100 anni. È un'occasione per generare sempre più crescita supportando internazionalizzazione ed esportazioni. Per Veronafiere era un dovere mettere a disposizione del Paese la nostra esperienza per un'occasione tanto importante e strategica come EXPO 2015. L'incarico che ci è stato affidato riconosce a Veronafiere e al Vinitaly un ruolo centrale e di sistema per la promozione del vino italiano nel mondo.

“Il Vinitaly è un sistema di business globale, di andata e ritorno dall'Italia all'estero e, viceversa; lavora su più fronti, canali e mercati italiani e internazionali.”

Ettore Riello, presidente Veronafiere.

Dopo l'annuncio dell'incarico, c'è anche l'ufficializzazione del Comitato Scientifico?

Nelle scorse settimane è stata ufficializzata la costituzione del Comitato Scientifico che si occuperà dell'elaborazione delle linee strategiche di sviluppo e definizione del progetto. Oltre a Giovanni Mantovani, direttore generale di Veronafiere, fanno parte del Comitato: Riccardo Cotarella, presidente Assoenologi,

con funzione di presidente, Raffaele Borriello, vice capo di Gabinetto del Ministero delegato all'Expo 2015, con funzioni di coordinatore, Piero Antinori, presidente Istituto Vino Italiano di Qualità – Grandi Marchi, Diana Bracco, commissario generale di sezione per il Padiglione Italia, Carlo Guerrieri Gonzaga, presidente Comitato Grandi Cru, Ruenza Santandrea, presidente Gruppo Cevico, Lamberto Vallarino Gancia, presidente Federvini, Domenico Zonin, presidente Unione Italiana Vini. Il nostro obiettivo è di dare massima e piena rappresentazione dell'intero comparto, coinvolgendo tutte le espressioni della filiera, valorizzando per ciascuna di esse il contributo unico e determinante che ha apportato e potrà apportare al settore nell'ambito dei precisi contenuti che animeranno il Padiglione.

E per il futuro che novità ci sono?

Come Veronafiere continueremo ad investire sulla competitività dei nostri prodotti. L'internazionalizzazione resta un cardine della nostra strategia di crescita con l'obiettivo di accompagnare le imprese italiane nella loro crescita oltre confine. In questa direzione si inseriscono le iniziative di Vinitaly International sempre più focalizzate sulla creazione e promozione della cultura del vino, soprattutto, in quei mercati dove manca o è meno forte una vocazione alla produzione

vitivinicola e al consumo. Sviluppare la conoscenza dell'articolata produzione italiana, evidenziandone le differenze rispetto alla produzione estera, è la base indispensabile per far apprezzare il prodotto e sostenerne la vendita. Cresceranno i momenti formativi della **Vinitaly International Academy** e verrà sviluppato il **Vinitaly International Importer Connect**, il progetto di matching B2B per favorire l'incontro tra importatori e distributori di vino su scala internazionale.

I numeri

155.000 operatori

33 miliardi export 2013

1,5 mln Incoming, investimento





Vertours
 **Lufthansa**
 City Center

Vertours:

viaggiare in tempo di crisi

Storica azienda veronese, nata nel 1949, ad oggi conta 25 dipendenti e 18 milioni di euro di giro d'affari per il 70% proveniente dal segmento business

I flussi dei viaggi d'affari possono essere un termometro per capire dove si stia muovendo la nostra economia. Ne abbiamo parlato con **Luigi Filippini titolare assieme alla sorella Carla dell'agenzia Vertours.**

La vostra agenzia è nata nel secondo dopoguerra ed ha un lunghissima tradizione. Cosa vi ha fatto intuire che il viaggio business avrebbe potuto rappresentare un segmento importante da sviluppare?

Il servizio alle imprese è iniziato con l'avvio dell'attività assieme a mio padre Rienzo. Era il 1949 e le persone che potevano permettersi di viaggiare per turismo erano spesso gli imprenditori che utilizzavano l'agenzia viaggi anche per le necessità aziendali.



Video istituzionale di Vertours.



Negli anni '70, con l'arrivo a Verona di importanti multinazionali, grazie all'azione di mia sorella Carla, che ha ereditato le redini dell'azienda, abbiamo sviluppato una struttura per il business travel che oggi si sta ulteriormente rafforzando grazie all'azione di mio nipote Matteo, che ci ha dato una spinta innovativa e tecnologica.

Oggi con un telefono possiamo organizzare in poco tempo un viaggio in totale autonomia. Che cosa chiede invece un cliente che cerca il rapporto con un'agenzia specializzata nel business travel?

I servizi. Acquistare un biglietto aereo è solo apparentemente molto semplice: quando aumenta la complessità il nostro servizio è essenziale. Inoltre siamo in grado di lavorare sul contenimento dei costi diretti, ma anche su quelli indiretti nei quali si concentra maggiormente l'attenzione delle aziende. Infatti, interfacciandoci con figure chiave delle aziende come CFO e Controller ci siamo attrezzati per poter fornire la possibilità di ricevere flussi dati organizzati e integrati con i sistemi IT per il controllo costi. Inoltre per viaggi a lungo raggio, come gli intercontinentali, entrano in gioco dinamiche complesse che non sempre si risolvono in internet, giungle tariffarie e combinazioni di voli che è bene trattare con un approccio professionale, evitando "il fai da te".

Nonostante la crisi, o forse proprio a causa della crisi, come sono cambiate le abitudini di viaggio delle aziende? Ci sono mete che sono diventate particolarmente richieste?

Evidenziamo la continua tendenza delle aziende a risparmiare attraverso una Travel Policy sempre più restrittiva e orientata all'"austerità". Per quanto riguarda

“Un'azienda vuole servizi, quando aumenta la complessità la nostra “business travel expertise” è essenziale, siamo in grado di lavorare sul contenimento dei costi diretti e indiretti.”

Luigi Filippini



Carla e Luigi Filippini e Matteo Pellizzari

le mete, e in linea con i risultati di un'analisi del mercato dei viaggi d'affari 2013 riportata dall'Osservatorio sul Business Travel condotto dall'Università di Bologna, si riscontra che il segmento intercontinentale è in decisa



crescita (circa +4% sull'anno precedente) in particolare Asia e Sud America le aree più richieste.

Registriamo però uno spostamento rispetto alle mete tradizionali come Cina, India o Brasile verso altri paesi come Vietnam (+15%) Colombia, Cile. Crescono inoltre destinazioni fino a ieri "anomale" come l'Africa, Sud Africa, Nigeria e i Paesi che si affacciano sul Mediterraneo, centro America (Panama e Messico) e Australia.

E il mercato europeo?

Sul mercato europeo c'è una certa stazionarietà, diminuiscono pesantemente le destinazioni più classiche Germania e UK (-15/20%) e crescono Russia (+25%) e Paesi dell'Est.

Potete ritenervi un osservatorio particolare dell'economia che riesce a coglierne in anticipo le rotte sulle quali si muove lo sviluppo e la crescita?

Senza voler arrogarci la capacità di capire gli andamenti macro-economici, pensiamo che dal punto

Trend di mercato

+4%

ASIA
SUD AMERICA

+15%

VIETNAM
COLOMBIA
CILE

+25%

RUSSIA

di osservazione di una agenzia viaggi che si occupa molto di business travel, come la nostra, si possono notare alcune tendenze che, per quanto limitate nel numero e nella dimensione geografica, danno una indicazione qualitativa di come le aziende si muovono in periodo di crisi. In sintesi, e con il dovuto beneficio del dubbio, vediamo un continuo trend di espansione all'estero dei grandi gruppi industriali che investono in nuovi impianti e siti produttivi, ed una ulteriore spinta all'internazionalizzazione del mercato delle piccole e medie imprese.





Step Servizi e Tecnologie Professionali

Innovazione, competitività e apertura internazionale

Conservazione, restauro e lucidatura di superfici in marmo e pietre naturali. Realizzazione di superfici in resina, levigature di cemento e recupero di superfici con avanzate tecniche di sabbiatura ecologica. Questo il core business di STEP, azienda di Marzana che dal 1990 opera nel settore dei servizi alle aziende. Dino De Paoli, amministratore unico dell'azienda, ci racconta la sua avventura imprenditoriale.

“*Il motore dello sviluppo non deve mai fermarsi, per questo stiamo progettando l'apertura di una filiale a Londra.*”

Dino De Paoli



Partiamo dagli esordi. Dottor De Paoli, come nasce STEP?

L'azienda inizia la sua esperienza nel 1990 come impresa di pulizie, specializzandosi negli anni nel settore del turismo dove proposte mirate e personalizzate, ancora oggi, costituiscono una parte importante delle attività. Inoltre, da ormai oltre 5 anni, abbiamo un reparto tecnico di levigatura e lucidatura marmo, cemento e di applicazione di resine. Oggi arriviamo a contare 150 addetti direttamente impiegati e il nuovo reparto ricerca e sviluppo, sempre pronto a trovare soluzioni innovative per mantenere e conquistare vantaggio competitivo in quei settori dove l'artigianalità, è ancora preponderante. Cerchiamo di fidelizzare i nostri clienti. Alcuni di loro ci seguono da moltissimi anni, qualcuno addirittura dall'anno di fondazione. Questo, per noi, è motivo di orgoglio e uno stimolo continuo per l'innovazione e la competitività.

“Esperti tecnici ci hanno portato a compiere importanti opere di restauro all'interno del palazzo dello sceicco di Abu Dhabi e nel nuovo grattacielo Mercedes a Berlino.”

Dino De Paoli

Innovazione e competitività. Guardando solo all'Italia oppure con un'attenzione particolare oltre confine?

I mercati esteri costituiscono oggi la nostra più grande sfida. Forti di una elevata specializzazione possiamo offrire standard qualitativi di molto superiori a quelli già presenti in molti mercati, e sviluppare importanti progetti grazie alla struttura industriale e l'importante capacità produttiva che ci caratterizza. In particolare i mercati emergenti soffrono oggi, a dispetto del loro grande sviluppo, della mancanza di servizi di elevata qualità,



Il video realizzato in occasione della 68a Assemblea Generale di Confindustria Verona 2013 per la quale l'azienda ha collaborato in qualità di sponsor.



in particolare nell'edilizia e nelle finiture. Esperti tecnici del Marmo e delle superfici in genere ci hanno portato a compiere importanti opere di restauro, ad esempio all'interno del palazzo dello sceicco di Abu Dhabi, o la levigatura del nuovo grattacielo Mercedes a Berlino, portando come bandiera la tradizione Italiana ed aziendale, e come filosofia un costante ottimismo e la necessità di operare per lasciare ai nostri clienti un servizio duraturo e costante.

Quali sono state le strategie messe in atto?

Sviluppare servizi direttamente in cantiere garantendo la qualità italiana è certamente uno degli aspetti più complessi, specialmente per chi, come noi, non intende scendere a compromessi in termini di garanzia sul risultato. Significa essere sempre pronti a dislocare parte della capacità tecnica interna in contesti internazionali, dovendo contare anche su strutture

logistiche, comunicative e lavorative spesso lontane da quelle a cui siamo abituati, consapevoli di poter fare la differenza in termini di qualità del servizio. Per chi ci ha scelto, la competitività economica non è sempre il primo fattore decisionale.

Avete già raggiunto numerosi traguardi: i vostri nuovi orizzonti ?

L'apertura della sede di Casablanca ha comportato un grande impegno fisico e mentale, oltre che economico, ma ci permette di considerare oggi l'Africa come uno dei punti centrali dei nostri interessi aziendali. Ma il motore dello sviluppo non deve mai fermarsi, per questo oggi stiamo progettando l'apertura di una filiale a Londra, che ci permetterà di rispondere meglio alle esigenze di quel mercato e di quelli limitrofi, nonché aprire importanti opportunità nei paesi del medio oriente, ad esso fortemente legati.

Il team Step, Mercedes Headquarter, Berlino.





Archiva, il valore aggiunto dell'innovazione digitale

Raccogliere le sfide e sapersi rinnovare. Le chiavi vincenti di un'azienda di successo

I servizi di conservazione sostitutiva e gestione documentale: questo è il settore leader di Archiva, azienda nata nel 1979 dall'intuizione dell'Ing. Giuliano Marone, colui che fin dall'inizio ha creduto nel valore del digitale e, precorrendo i tempi della burocrazia, ha proposto sul mercato metodi di archiviazione assolutamente innovativi. Siamo andati a trovare l'**Ing. Giuliano Marone, Amministratore Delegato di Archiva** in azienda, per farci raccontare i contorni di questa avventura imprenditoriale.

Ing. Marone, ci racconta come nasce Archiva?

Siamo nel 1979. In quei primi anni l'archiviazione veniva realizzata attraverso microfilm e quindi con sistema analogico che solo in un secondo momento venne affiancato in modo sempre più preponderante dall'archiviazione digitale. Alla fine degli anni '90 la normativa stava crescendo e, di pari passo con l'evolversi delle tecniche di conservazione dei dati,



Ing. Giuliano Marone

veniva dato sempre più spazio e valore legale al digitale a scapito, ovviamente, dell'analogico, vale a dire del sempre più obsoleto microfilm. Archiva abbandona quindi il microfilm e diventa un punto di riferimento per quanto concerne l'archiviazione ottica sostitutiva non solo nel Veneto, ma in tutta Italia. Nel 2010 ci spostiamo a Villafranca di Verona, nella nuova struttura di proprietà che occupa una superficie di circa 4.000 metri quadri, dispone di un'area dedicata al data center e sale ausiliarie per l'erogazione dei servizi alla Clientela di circa 300 metri quadri. Nel 2013 abbiamo investito moltissimo nel new business ed ora siamo pronti ad inviare la fattura elettronica alla Pubblica Amministrazione offrendo questo servizio ai nostri clienti in outsourcing e siamo fiduciosi che gli investimenti fatti

lo scorso anno inizieranno a dare i loro frutti già nei prossimi mesi aiutandoci non solo a mantenere il trend positivo degli ultimi anni ma anche, ce lo auguriamo di cuore soprattutto per il futuro dei nostri dipendenti, ad incrementare il fatturato.

E oggi? Qual è il profilo dell'azienda?

Archiva ad oggi è diventata un punto di riferimento per molte aziende che possono contare su un Partner specializzato nell'archiviazione documentale e conservazione a norma, con circa 80 milioni di documenti certificati all'anno e quasi 100 collaboratori e professionisti al servizio di più di 500 aziende. Offre una gamma di servizi in cloud dedicati all'emissione, archiviazione, controllo, consultazione e conservazione di tutti i flussi attivi e passivi in linea con le nuove Regole Tecniche sulla conservazione dei documenti informatici.

Tecnologia e innovazione. Che cosa rappresentano per l'azienda?

Non sono solo un fattore di successo, ma un credo insito in tutta la filosofia e il modus operandi dell'azienda. Fin da principio infatti siamo stati in grado di anticipare i tempi, investendo e sfruttando al meglio le nuove tecnologie per sviluppare new business. Ed è per questo che oggi Archiva eroga i propri servizi garantendo al Cliente il massimo livello di sicurezza delle informazioni grazie ad un'infrastruttura solida ed efficace nel pieno rispetto dei principi di riservatezza, integrità e disponibilità dei dati propri della certificazione ISO 27001. Mediante un datacenter principale di proprietà che sfrutta un sistema storage enterprise in alta affidabilità ed un datacenter secondario per il servizio di Disaster Recovery, elimina



totalmente il rischio di perdita di informazioni e garantisce la continuità del servizio.

Sognare a colori. Quali sono le prossime sfide?

Sono molte per questo 2014. Prima fra tutte, l'uscita imminente dell'Albo dei Conservatori Accreditati, secondo cui Archiva ha già adeguato la propria organizzazione per rispondere a tutti i requisiti richiesti dall'Agenzia per l'Italia Digitale, tra cui affidabilità organizzativa, tecnica e finanziaria, necessari per svolgere l'attività di conservazione secondo quanto delineato dalle nuove Regole Tecniche sulla conservazione dei documenti informatici. Il nostro obiettivo sarà poi quello di integrare sempre di più i servizi di gestione documentale e conservazione digitale con i più diffusi ERP di mercato, in particolare SAP, permettendo di ridurre i costi del

processo amministrativo e i tempi di lavorazione dei documenti. Inoltre, in base all'obbligo di fatturazione elettronica verso la Pubblica Amministrazione previsto a partire dal prossimo 6 giugno, abbiamo anche l'obiettivo di entrare in contatto con le PMI proponendosi come System Integrator a 360°, garantendo la conformità alla normativa, una riduzione dei costi e un maggior controllo del processo stesso.

I numeri di Archiva

80

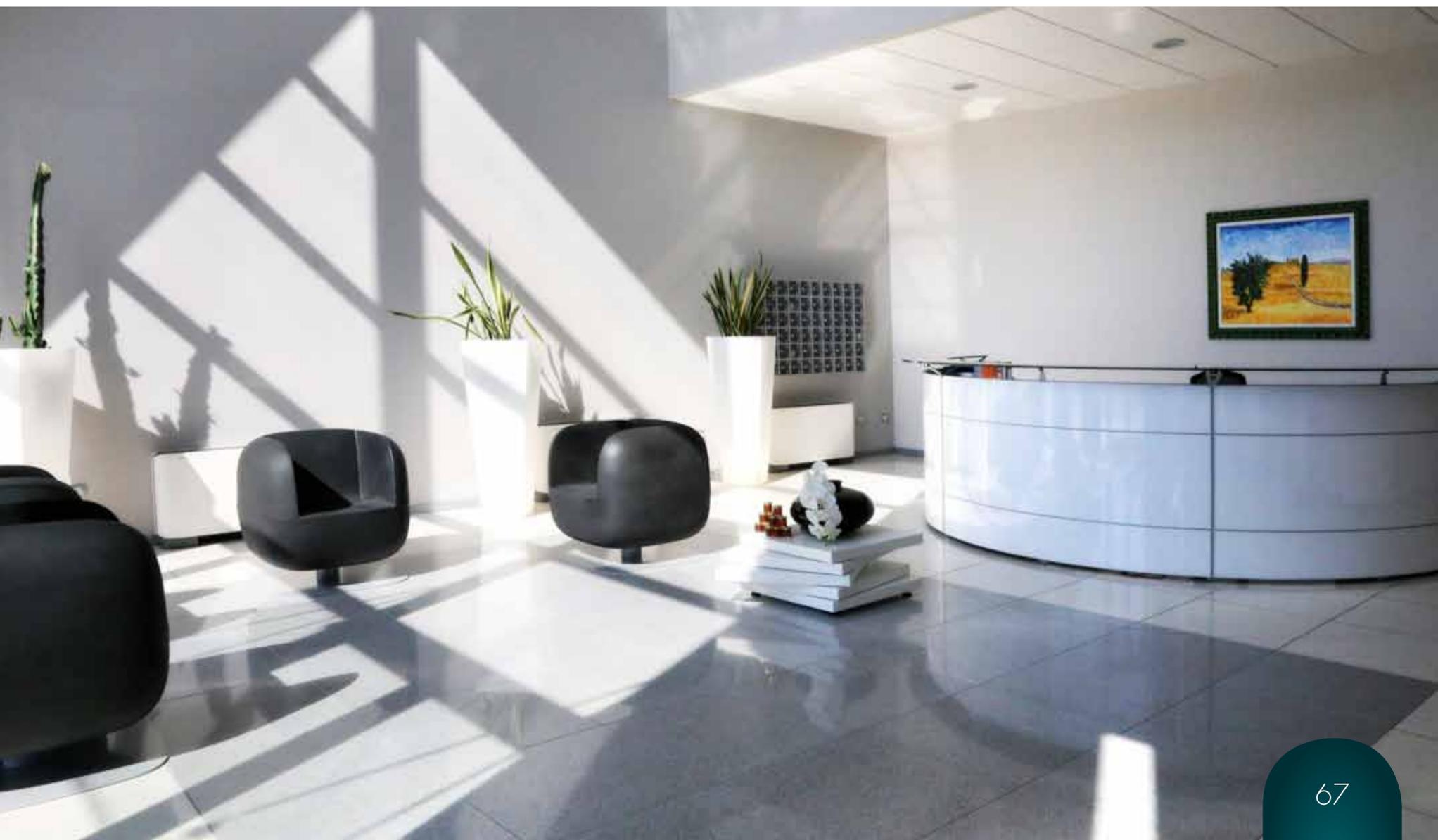
*Milioni di documenti
certificati all'anno*

Quasi
100

*Tra collaboratori
e professionisti*

+500

*Aziende che hanno scelto
Archiva come partner
specializzato*





Inlingua Verona:

your passport to the world

Anche le grandi imprese iniziano sempre da un piccolo passo

Fondata in Svizzera nel 1968, inlingua è presente in 44 paesi in tutti i continenti, con oltre 345 sedi (di cui 59 in Italia) ed è uno dei maggiori gruppi a livello mondiale nella formazione linguistica. Da oltre 10 anni la sede inlingua di Verona è un punto di riferimento per molte aziende del Veronese che hanno deciso di investire nella formazione linguistica, un canale importante per l'apertura verso i mercati esteri, sia europei che extraeuropei.

Abbiamo chiesto al Prof. Richard Collins, Direttore di inlingua Verona, di parlarci delle novità della scuola. Richard, qual è la formula che consente ad inlingua Verona di garantire formazione aziendale in diverse lingue e ad alti livelli qualitativi?

I numeri

44

I paesi in cui è presente.

345

Sedi nel mondo.

59

Sedi in Italia.

Il metodo inlingua è il primo degli elementi chiave che contribuiscono al successo nell'apprendimento delle lingue. Basato su attenti studi, si concentra particolarmente sulla comunicazione tramite la conversazione e permette l'apprendimento della lingua straniera in modo operativo consentendo di poterla utilizzare in tempi molto brevi. Altro nostro punto di forza sono i programmi didattici, creati appositamente per



venire incontro alle più diverse esigenze delle aziende, da moduli altamente settoriali al raggiungimento di certificati di livello della conoscenza della lingua. Infine i docenti: qualificati e specializzati, con competenze tecniche specifiche per il corso che insegnano.

Come sono cambiati negli anni i metodi e gli strumenti per permettere di rispondere ad esigenze diverse con questa grande flessibilità?

I corsi di lingua possono svolgersi presso la sede di inlingua Verona, in azienda o direttamente da casa. Inlingua inoltre ha creato e potenziato un sistema di apprendimento a distanza, che, con l'ausilio di una piattaforma online, sempre disponibile, permette agli studenti di avere accesso al loro corso di lingua da ovunque nel mondo. Attraverso Skype è anche possibile fare lezione in videoconferenza senza necessariamente doversi spostare per incontrare l'insegnante di persona.



“La vera sfida è permettere ai nostri ragazzi di avere un ottimo bagaglio linguistico per essere competitivi in questo mercato del lavoro sempre più globalizzato.”

Richard Collins

Guardando al futuro. Quali sono le sfide di inlingua Verona?

L'obiettivo per il futuro sono i giovani, in modo da garantire una conoscenza ottimale della lingua inglese sin da piccoli. Già abbiamo il programma inlingua DOTS, dedicato ai bambini dai 2 ai 5 anni, quello JUNIOR dai 6 ai 12 anni e il TEEN, per i ragazzi dai 13 ai 18 anni. In questo modo inlingua garantisce un'esposizione alla lingua inglese molto precoce e un approccio divertente a tutte le età. Ma la vera sfida è permettere ai nostri ragazzi di avere un ottimo bagaglio linguistico che consenta loro di essere competitivi in questo mercato del lavoro sempre più globalizzato. È così che è nata l'idea del Doppio Diploma.

Di che cosa si tratta?

È un programma innovativo che permette agli studenti delle scuole superiori di frequentare le lezioni contemporaneamente in due scuole: di persona nel nostro Paese e on line in collegamento con la scuola superiore negli USA.

L'idea è nata grazie alla collaborazione fra Mater Academy e Academica – un ente che in USA gestisce oltre 100 scuole – e inlingua Verona. La sede di Mater Academy High School di Miami, in cui i ragazzi si



diplomano, è stata valutata con il massimo dei voti (ranking A) dall'ufficio scolastico dello Stato della Florida, e garantisce gli stessi standard qualitativi anche agli iscritti oltreoceano. La prima studentessa italiana di Mater Academy, Silvia, si diplomerà nella primavera 2014 e parteciperà con i compagni americani alla cerimonia di consegna del titolo americano presso la sede di Mater Academy High School di Miami (USA). Questo grazie alle borse di studio ottenute da Mater Academy e da inlingua Verona.

Come ha recepito Verona il Programma Doppio Diploma?

Il programma ha già suscitato forte interesse da parte di studenti e istituti che hanno accolto positivamente questa nuova proposta di formazione. Verona si è affermata come città pilota del progetto che ha ottenuto il patrocinio del Comune di Verona e dell'Assessorato

alle Politiche Giovanili. Inoltre sono attive molte provincie nel Nord Italia.

“Verona si è affermata come città pilota del progetto Doppio Diploma che ha ottenuto il patrocinio del Comune di Verona e dell'Assessorato alle Politiche Giovanili.”

Richard Collins

Un anno ricco di sfide quindi, per inlingua e per i vostri studenti.

La chiave è mettersi sempre in gioco e puntare sulle proprie passioni. Anche le grandi imprese iniziano sempre da un piccolo passo.

Inlingua, la sede della scuola.



**ALUK[®]****ALUK[®]**
SERRAMENTI

Internalizzazione, creatività, specializzazione

Queste le chiavi di lettura per il futuro di AluK Group, che realizza sistemi per serramenti e facciate continue in alluminio

Ne parliamo con l'Ing. Marco Pedrocchi, nuovo Managing Director di AluK Italia.

Ingegnere Pedrocchi, che azienda è AluK?

Un'azienda che da 40 anni ricerca soluzioni all'avanguardia e prestazioni elevate, un'azienda che propone progetti mirati per i clienti. Per questo è divenuta sinonimo di qualità e serietà in un mercato in continua evoluzione.

Quali evoluzioni ha affrontato di recente l'azienda?

In questi ultimi anni, a partire soprattutto dal 2011, anno dell'acquisizione del gruppo ad opera della società francese Valfidus, si è lavorato a una profonda riorganizzazione volta a innovare la struttura per renderla più funzionale alla complessità degli attuali mercati. L'ultima trasformazione riguarda la creazione



Ing. Marco Pedrocchi

della società AluK SA con sede a Lussemburgo. Questa riorganizzazione è stata attuata per dare una dimensione il più possibile internazionale al Gruppo: un capogruppo che può guardare a mercati globali, formato da tante business unit specifiche per ogni Paese, che si focalizzeranno sulle esigenze dei singoli mercati.

Internalizzazione, quindi, specializzata sul territorio?

Esattamente. Attualmente vi sono le business unit francesi, italiane, belga, olandesi, inglesi, del Middle East, della Cina e del Sud Est Asia, con la recente AluK India. Bisogna cercare di sfruttare tutte le sinergie offerte da questa nuova dimensione globale. Una grande

“Siamo un’azienda che, da 40 anni, ricerca soluzioni all’avanguardia, un’azienda che propone progetti mirati per i clienti. Per questo siamo sinonimo di qualità e serietà.”

Ing. Marco Pedrocchi
Managing Director AluK Italia.

opportunità è quella, ad esempio, di poter proporre al mercato italiano i prodotti sviluppati dai nostri “cugini” per altri mercati.

E AluK Italia?

AluK Italia è concentrata sul mercato italiano per ricominciare a crescere e ad acquisire nuove quote di mercato. Dal punto di vista produttivo e commerciale sarà sempre più focalizzata sul mercato interno considerato strategico. Continuerà inoltre ad occuparsi della parte know-how anche per altri mercati, dato che ha una struttura completa può contare sulle divisioni commerciali, produttive, di progettazione e ricerca&sviluppo, oltre alla divisione marketing e logistica. In altre parole AluK è un’azienda familiare che guarda con attenzione ai mercati interni, è una multinazionale attenta al mercato mondiale ma concentrata su mercati specifici.

Passato e futuro. Quali sono i vostri maggiori punti di forza?

Senza dubbio la grande esperienza e il know-how sviluppati all’interno di questo settore. Un fattore che



ci viene dal passato. Un fattore di successo per il futuro. Non vogliamo fare la multinazionale che da un unico paese va a coprire tutti gli altri paesi visti come "terreno di conquista", ma vogliamo puntare su aziende radicate sul territorio. In Italia come azienda italiana, in Inghilterra come azienda inglese, in India come impresa indiana. È l'unico modo per cogliere le esigenze dei singoli territori. Questa nostra differenza è un punto di forza importante perché mettiamo insieme le diversità e la capacità di pensare di persone abituate a stili di vita e ambienti diversi. Puntiamo molto sull'innovazione e la creatività: la nostra divisione Ricerca&Sviluppo, ad esempio, sta lavorando su alcuni progetti in collaborazione con l'Università di Padova.

Innovazione e creatività. C'è sogno nel cassetto che vi piacerebbe realizzare?

Il nostro sogno è quello di realizzare prodotti che

rispondano sempre meglio alle esigenze del mercato. Per questo motivo stiamo pensando di rivedere le nostre serie di maggior successo per presentare qualcosa che sia sempre più al top. Non un semplice restyling, ma una rivisitazione sostanziale in modo da offrire al mercato delle soluzioni che ci consentano di essere considerati un'eccellenza del settore.

“Sono indubbiamente strategiche per noi la grande esperienza e il know-how sviluppati all'interno di questo settore.”

Ing. Marco Pedrocchi
Managing Director AluK Italia.





People First

Più istruzione fa crescere il Pil

Investire sul fattore umano per reagire alla crisi: ecco la più importante delle politiche industriali

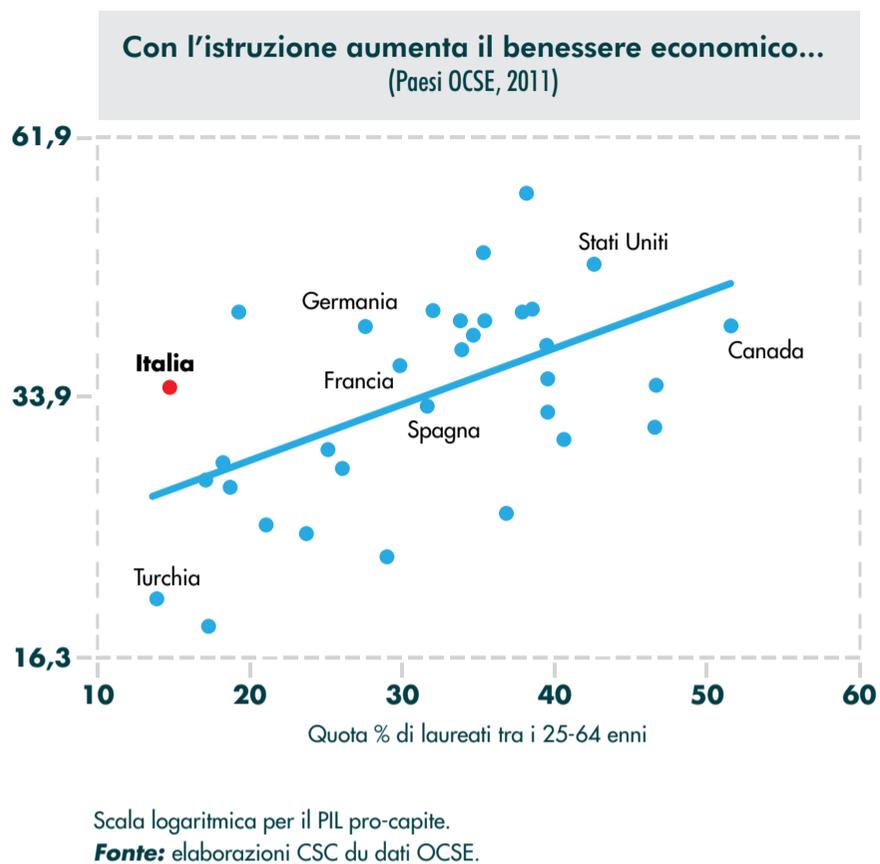
Un **aumento del Pil fino al 15% in più in termini reali in 10 anni**. Tradotto in cifre 234 miliardi, con un guadagno di 3.900 euro per abitante. Uno scenario che potrebbe diventare realtà se il **grado di istruzione italiano salisse al livello dei paesi più avanzati**.

Le nazioni più ricche di capitale umano e di capitale sociale hanno **livelli e tassi di crescita del reddito pro-capite più elevati**. Sono anche **in testa negli altri indicatori di benessere**, come la longevità e la parità di genere e la salute, tanto da essere, almeno statisticamente, più felici.

“*L’incapacità di assicurare la dignità del lavoro ai giovani rappresenta, al di là di ogni richiamo alla Costituzione, la manifestazione evidente della disfunzione fatale di un sistema economico.*”

Federico Caffè
ECONOMISTA

→ **Scarica**
il materiale del convegno.



Da una ricerca sviluppata dal **Centro Studi Confindustria** e presentata nell'ultimo convegno biennale dal titolo **"People first, il capitale umano e il capitale sociale per l'Italia"** ripartire dal capitale umano è la risposta alla crisi nella quale sta ancora vivendo l'Italia.

E la vera forza da cui ripartire. Una forza sulla quale però l'Italia deve spingere di più. Ma nel confronto con gli altri paesi sia il capitale umano che il capitale sociale non godono di ottima salute.

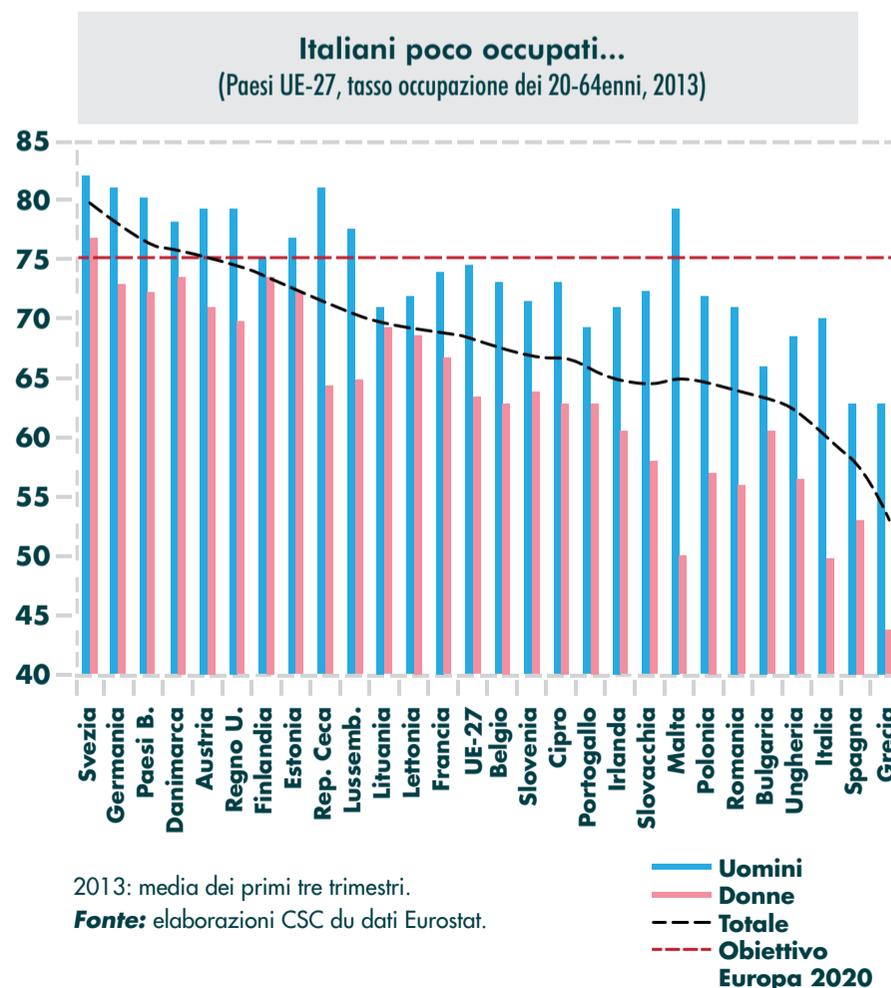
Tra le debolezze strutturali che frenano lo sviluppo del Paese ci sono proprio le **carenze del capitale umano**. Carenze che si sono ancor più rivelate di fronte alle sfide delle nuove tecnologie e della globalizzazione. A queste sfide si aggiungono quelle dell'invecchiamento della popolazione, dell'aumento dell'immigrazione e del sempre più stringente confronto tra i paesi europei.

In Italia ci sono molte differenze per aree ed età. Tra i 15-24enni il tasso di occupazione è bassissimo: nel 2013 16,6% contro il 32,5% nella Ue a 27 (11,8% al Sud). Tra i 35-44enni nel Nord oltrepassa la media europea sia per gli uomini che per le donne (90,0% contro 85,2%; 73,8% contro 72,9%) ma è molto basso nel Sud (71,7 e 40,5).

Gli italiani stanno diventando più istruiti, ma sempre meno degli altri Paesi.

E restano troppi gli abbandoni (siamo terzultimi in Europa). I Neet, cioè i giovani che non lavorano e non studiano, in Italia sono 2.250.000, pari al 24% degli italiani tra i 15 e i 29 anni. Un costo che si aggira sui 2 punti di Pil, che corrispondono a 32,6 miliardi. La **laurea aumenta le possibilità di trovare lavoro**, oltre che il reddito e la carriera. Il tasso di occupabilità dei laureati è il 40% superiore rispetto a quello dei diplomati. Solo che continua a studiare chi ha i genitori più istruiti. Inoltre, l'Italia sta perdendo la competizione per i talenti: attrae poche persone altamente qualificate, solo lo 0,7% sul totale dei paesi Ocse contro l'1,4% della Spagna, il 3% della Francia, il 5% della Germania e il 6% del Regno Unito.

La crisi ha ridotto l'occupazione, cruciale per l'acquisizione di competenze, ha demotivato le persone, diminuito l'investimento delle famiglie in istruzione. Bisogna investire, quindi, in capitale umano. Nell'economia della conoscenza fallire in questo investimento significa andare indietro e non rimanere fermi.



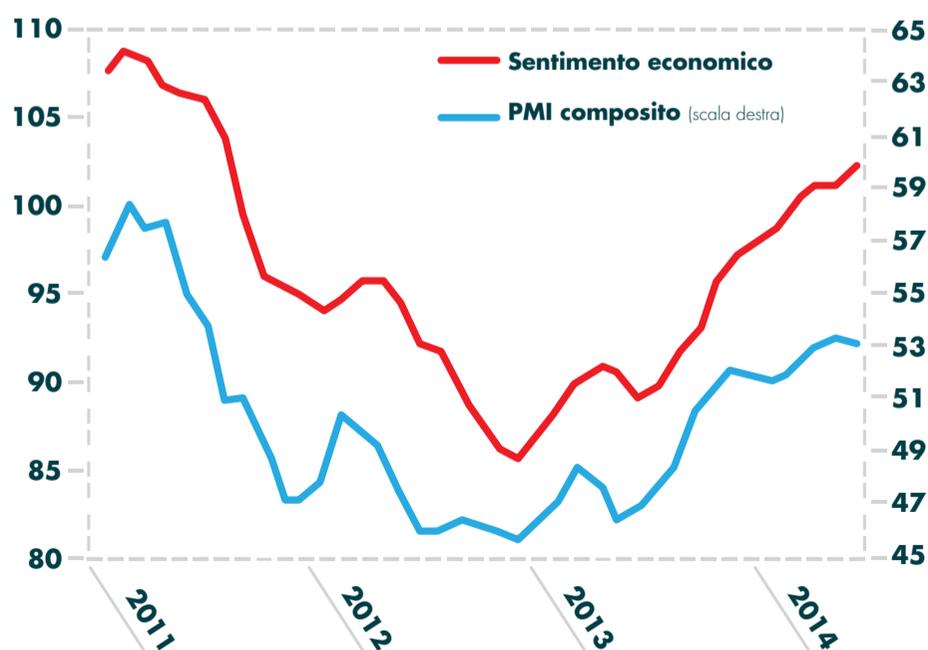
I Trend Globali

Si consolida la ripresa della fiducia e dell'attività nell'eurozona

Resta **in espansione l'attività nell'Eurozona**:

PMI composito a 53,1 a marzo da 53,3. Ritmi più sostenuti in Spagna (54,2 da 53,8) e Germania, dove però si rileva un rallentamento (54,3 da 56,0). Segni di ripartenza in Francia: tornano sopra il livello neutrale di 50 il PMI manifatturiero (a 52,1 da 49,7) e quello dei servizi (51,5 da 47,1).

È **salito nuovamente a marzo**, per l'undicesimo mese consecutivo, l'indice del **sentimento economico** elaborato dalla Commissione europea, spinto sia dall'**aumento della fiducia dei consumatori**, mai così elevata da novembre 2007, sia dalla **fiducia delle imprese di tutti i settori**, eccetto le costruzioni.



(Indice, media di lungo periodo=100, indice PMI, 50=nessuna variazione)

Fonte: elaborazioni CSC su dati Markit e Commissione Europea.

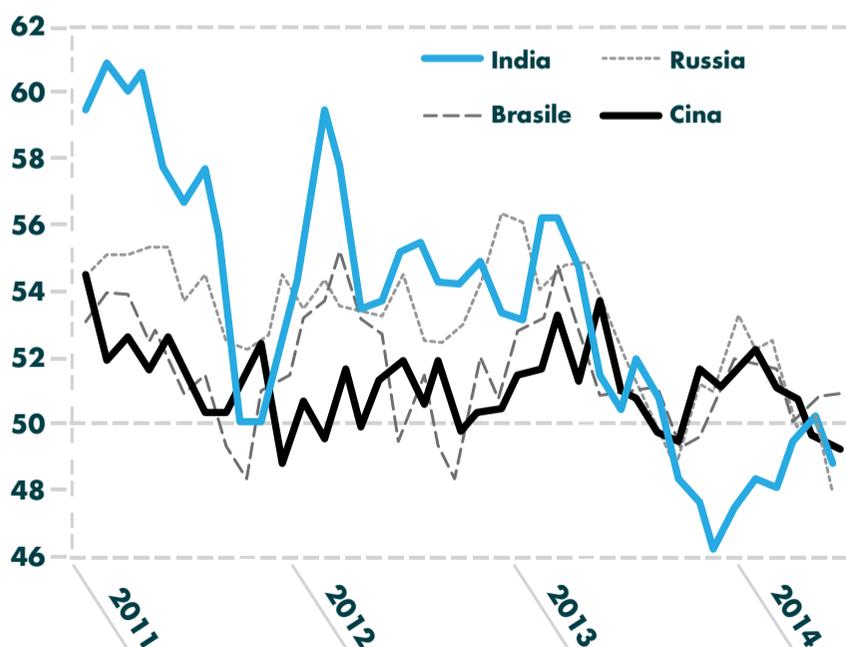


Bric, attività in espansione solo in Brasile

La dinamica degli **emergenti** non migliora. Il PMI composito è sceso in marzo a 50,3 (da 51,1), il minimo da settembre. Il trend è condizionato da Cina, India e Russia.

In **Cina** l'indice è calato a 49,3 in marzo (da 49,8) nonostante l'aumento nei servizi (a 51,9 da 51,0). L'export dà un -6,0% annuo (da -18,1% in gennaio-febbraio), e produzione e vendite segnano +8,8% e +12,2% (da +8,6% e +11,8%). Il PIL nel 1° trimestre dà +7,4% annuo. Ci si attende un progresso in aprile stimolato dagli interventi del governo. In **India** il PMI composito dà contrazione (48,9 da 50,3), ma il manifatturiero resta in espansione (51,3 da 52,5); la produzione segna un -1,9% annuo in febbraio (da +0,1%). In **Russia** l'indice è a 47,8, minimo da 58 mesi (da 50,5); in febbraio produzione e vendite danno un +2,1% e un +4,1% annui (da -0,2% e +2,4%).

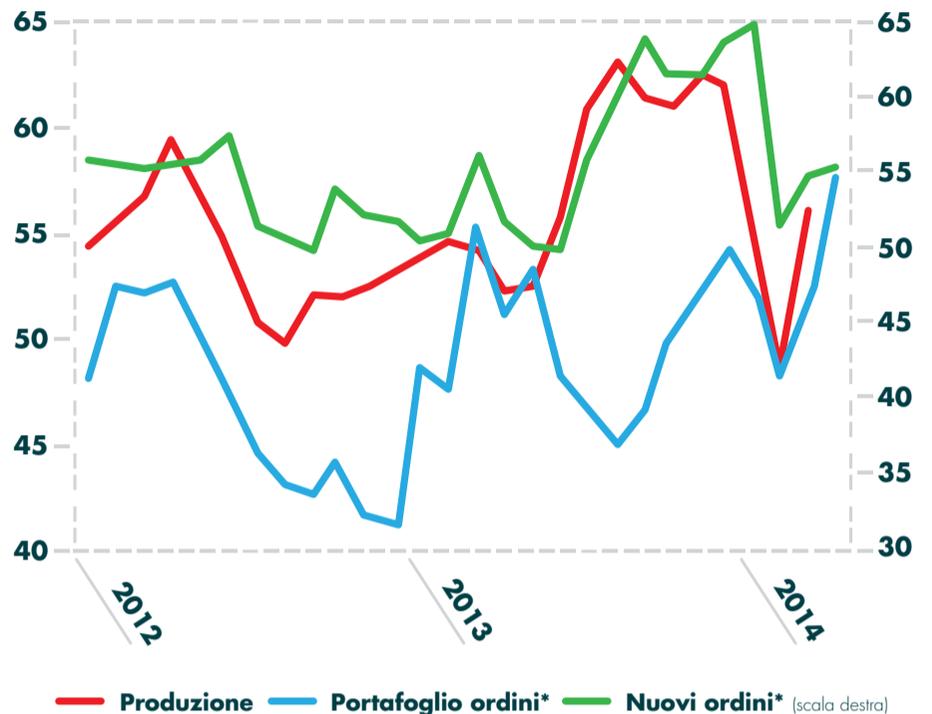
Tra i BRIC solo in **Brasile** il PMI dà espansione: 51,0 da 50,8. La produzione in febbraio è aumentata del 5,0% annuo (da -2,4% in gennaio) tornando ai livelli di ottobre e le vendite sono salite dell'8,5% annuo (da +6,2%).



(PMI composito; 50=nessuna variazione)

Fonte: elaborazioni CSC su dati Markit.

USA: è primavera per gli ordini



— Produzione — Portafoglio ordini* — Nuovi ordini* (scala destra)

*Spostati avanti di un mese
(indici ISM, settore manifatturiero, 50=nessuna variazione)

Fonte: elaborazioni CSC su dati ISM.

Negli **USA** si esauriscono gli effetti di un inverno particolarmente rigido. A marzo gli occupati non agricoli sono cresciuti di oltre 192mila unità; in forte incremento sia le ore lavorate sia il monte salari (entrambi +0,7% su febbraio). La maggiore partecipazione lascia il tasso di disoccupazione invariato al 6,7% e indica un minor scoraggiamento dei senza lavoro.

Riaccellera l'attività a marzo. Sale a 53,7 (da 53,2) l'**ISM manifatturiero**, sostenuto dalle componenti produzione (55,9 da 48,2), portafoglio ordini (57,5 da 52,0) e nuovi ordini (55,1 da 54,5). Queste ultime due fanno prevedere un'ulteriore espansione nei prossimi mesi.

Nei **servizi** (ISM a 53,1 da 51,6) l'aumento delle componenti ordini (53,4 da 51,3) e prezzi dei beni acquistati (58,3 da 53,7) indica una forte ripresa della domanda interna, confermata dalle vendite di auto (16,4 milioni annualizzati a marzo, +6,9% su febbraio), tornate sui livelli di inizio 2007. Il dato prelude a un significativo aumento di consumi e produzione nel 2° trimestre 2014.



Lavori in altezza

e in quota: più sicuri con una corretta gestione

Carico e scarico automezzi, manutenzione di edifici, pulizia di silos e cisterne sono tutti lavori che possono esporre ad uno dei rischi più pericolosi: la caduta dall'alto

La caduta dall'alto rappresenta una delle principali cause d'infortunio grave sul luogo di lavoro, nonché una delle tipologie di incidenti più rischiose in termini di mortalità. A conferma di ciò, anche gli ultimi dati elaborati dalla Regione Veneto dal 2012 a marzo 2014 evidenziano che circa il 28% degli incidenti mortali sul luogo di lavoro sono stati causati dalla caduta dall'alto del lavoratore.

Non solo edilizia. Erroneamente, le mansioni svolte in altezza vengono comunemente associate ad attività di carattere edile, sottovalutando il **pericolo potenzialmente presente in ogni tipologia di attività**. Si pensi, ad esempio, all'utilizzo di una comune scala portatile da parte di un operatore, oppure all'accesso al tetto di uno stabile produttivo per un'ordinaria operazione di manutenzione.

Tutte queste attività, se effettuate senza gli adeguati

sistemi di prevenzione e protezione, incluso un efficace addestramento, espongono il lavoratore al rischio di caduta.

Al fine di garantire la sicurezza dei propri lavoratori, il **Datore di Lavoro deve valutare tutti i rischi per la salute e la sicurezza dei lavoratori** che prestano la propria attività nell'ambito della propria Azienda.

Risulta, quindi, indispensabile che all'interno del Documento di Valutazione dei Rischi sia approfondito correttamente anche il rischio di caduta dall'alto. Il primo passo consiste nell'individuare la presenza di **lavori effettuati in altezza**, dando particolare attenzione



a quelli che sono definiti dall'Art. 107 del Titolo IV del D.Lgs. 81/08 “ **Lavori in quota**”, ossia i lavori che “espongono il lavoratore ai rischi di caduta da una quota posta ad altezza superiore a 2 metri rispetto ad un piano stabile”.

Una volta appurata la presenza di mansioni che prevedono un'attività in quota, il Datore di Lavoro deve studiare quali **misure di prevenzione** e protezione attuare al fine di ridurre o eliminare il rischio, prediligendo innanzitutto le misure di prevenzione, quali per esempio procedure interne, la formazione e l'informazione ai lavoratori.

Per quanto riguarda le **misure di protezione**, dove possibile, sono da preferire idonei dispositivi di protezione collettiva, come parapetti, passerelle e reti, che garantiscono un livello di sicurezza che non dipende dal singolo operatore.

Qualora non siano state attuate misure di protezione collettiva, è necessario che il Datore di Lavoro metta a disposizione adeguate misure di protezione come linee vita, cordini, assorbitori di energia e imbracature.

Per l'utilizzo di dispositivi di protezione individuali (DPI) di “terza categoria” destinati a salvaguardare dalle cadute dall'alto, è obbligatorio un **percorso di addestramento** per quei lavoratori che ne fanno uso. Nel caso più gravoso in cui le attività richiedano l'accesso e posizionamento mediante funi, sono inoltre previsti e definiti per legge degli specifici corsi di formazione teorici pratici.

Un processo di valutazione articolato ma indispensabile, che porta alla definizione di un sistema di prevenzione e protezione composto da procedure e soluzioni tecniche in grado di salvaguardare la salute della persona e, al contempo, di tutelare l'Azienda.

CHECK-UP RISCHI CADUTA DALL'ALTO.



CEVI – SERVIZI PER AMBIENTE SICUREZZA,

Società di servizi di Confindustria Verona, attraverso la collaborazione di Tecnici di fiducia, è in grado, a seguito di sopralluogo presso le Aziende, di eseguire un'ideale valutazione del rischio e fornire le indicazioni tecniche necessarie per risolvere le criticità riscontrate ed ottemperare a quanto previsto dalla normativa.

Le Aziende interessate a tale servizio che desiderano ricevere una proposta commerciale possono contattare direttamente l'**Ufficio Ambiente e Sicurezza** ambiente@confindustria.vr.it

045.8099483

