

MANAGER

VERONA ONLINE

All'interno:

Impresaperimpresa

Start up in azienda per crescere insieme.

Focus Economia

Obiettivo ripresa: in atto l'inversione di marcia.

Sistri. A che punto siamo?

Slittano le sanzioni e cambiano i soggetti obbligati.

Cambio al vertice dei Giovani Imprenditori di Verona: il nuovo Presidente è Michele Lovato.

La 53ª Assemblea dei Giovani Imprenditori "L'Impresa intelligente e la costruzione del Futuro" segna il passaggio di testimone da Andrea Pernigo, alla fine del suo mandato, a Michele Lovato, alla guida del Gruppo per il triennio 2013-2016.

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

MANAGER
VERONA ON LINE

Anno 2 - Numero 8 Dicembre 2013



Storie di
Copertina

53^a Assemblea Giovani Imprenditori

pag. 4

VR Manager On Line

è a cura di Confindustria Verona.
Hanno collaborato a questo
numero: Paola Bendinelli, Micol
Bottacini, Valentina Bottega,
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

03 **Il Valore del "Nuovo".**

Piazza Cittadella

15 **Impresaperimpresa: un nuovo modello di crescita.**

20 **Finanza d'Impresa: nuove opportunità a Km zero.**

22 **Il cenacolo d'Impresa:
bilancio positivo per il 2013.**

24 **Incontriamo i BRICS: le opportunità del dragone.**

26 **Sicurezza alimentare e tutela del Made in Italy.**

28 **Il settore moda si riunisce a Verona.**

Servizi Associativi

30 **Trasporto merci pericolose.**

Aziende

31 **Calzature Frau. Innovare per passione.**

34 **Maxfone, la piazza virtuale che crea Trend.**

37 **La ricetta del successo Fazion: l'amore per la pasta.**

40 **Clab Comunicazione e l'arte di comunicare.**

43 **FDE: crescere in tempi di crisi.**

46 **Riseria Cremonesi: la parola alla nuova generazione.**

49 **Nuovi Associati.**

50 **Notizie in breve.**

Focus Economia

54 **Obiettivo ripresa: in atto l'inversione di marcia.**

56 **I Trend dell'economia globale.**

Approfondimenti

59 **Riforma del lavoro tra correttivi ed incentivi.**

61 **Sistri: a che punto siamo?**



**Benvenuto al
2014 che sta
per arrivare,
abbiamo
davvero
bisogno che
sia un anno
NUOVO
in tutti i sensi.**

Il Valore del “Nuovo”.

Benvenuto al nuovo Presidente dei Giovani imprenditori Michele Lovato. Ogni rinnovo degli incarichi associativi segna un pezzo di storia che si chiude con i suoi risultati ed uno che si apre con i suoi **nuovi programmi**, ma è anche e comunque un meccanismo di rinnovamento che declina valori importanti per un'organizzazione: **condivisione delle responsabilità, premio al merito, rotazione delle cariche, democraticità ed accessibilità.**

E' anche un ciclo di formazione di una giovane classe dirigente che si compie. In questo Confindustria può dire di dare un contributo importante al Paese con un esempio ad altri apparati della nostra società che questo ricambio non sempre hanno avuto la lungimiranza di fare.

Benvenuto ad IMPRESAperIMPRESA, un nuovo progetto che abbiamo meditato, condiviso ed elaborato assieme nelle riunioni territoriali in preparazione dell'**Assemblea di ottobre.**

E' un progetto di apertura da parte delle nostre imprese verso le **nuove iniziative imprenditoriali** che provano ad affacciarsi sul mercato. Una sorta di ponte generazionale che da imprese strutturate gettiamo verso i giovani progetti di business per aiutarli a **consolidarsi e ad avviarsi al mercato.** Ma come tutti i buoni passaggi generazionali il **nuovo** porta con sé grandi opportunità di rinnovamento. In IMPRESAperIMPRESA l'opportunità preziosa che arriva alle nostre aziende è quello di innestare nella loro struttura un **nuovo nucleo operativo dal dna innovativo**, per sviluppare nuovi progetti ad integrazione o diversificazione del business. L'obiettivo è che si arrivi a realizzare **nuovi prodotti e servizi** da portare sul mercato, nella più pura logica aziendale di creazione di **nuovo** valore. Ma in questo progetto vedo per noi anche la possibilità di promuovere in prima persona molti valori sani, come il merito, l'investimento sul futuro, la solidarietà, il network. Anche in questo l'essere imprenditori all'interno del nostro Sistema associativo ci dà una grande opportunità.

Siamo a dicembre, **un anno difficile è ormai alle spalle.**

Il nostro Centro studi nazionale ci rafforza con **proiezioni positive**, certamente di inversione di marcia rispetto ad un troppo lungo periodo di recessione, con un pil che dal 2014 tornerà - debole sì - ma positivo. Sarà comunque il frutto delle scelte che le nostre imprese sapranno attuare, nel riorganizzarsi, nell'orientare il business verso **nuovi mercati**, sempre più **al di fuori dei confini nazionali.** Nuove rotte dovranno essere battute, i **Brics** non sono più i confini del regno, già si parla di Next eleven, come dei Paesi con nuove opportunità di crescita. **La moneta cinese sta scalando la vetta superando l'euro e arrivando a ridosso del dollaro come moneta d'uso per le transazioni mondiali.**

E mentre il mondo cambia velocemente e radicalmente, **il nostro Paese si avvita su proteste e scontento**, certo legittimi, ma che danno spesso voce a un disagio che di ideologico non ha nulla. Rappresentano sì le difficoltà quotidiane di una fascia sempre più estesa di popolazione ma con idee e proposte che inneggiano alla protesta civile, al disconoscimento delle istituzioni, in una parola al caos che di buono non ha mai portato nulla.

Per il **nuovo** anno vorremmo dare il benvenuto ad un **nuovo modo di fare politica**, capace di ascoltare e di fare, almeno cominciando da ciò che ormai non è più una scelta ma una strada obbligata e cioè le riforme. **Una politica che per mettersi a lavorare seriamente sulla riforma elettorale ha bisogno di una dichiarazione di incostituzionalità è una politica che ha abdicato alle sue prerogative di guidare e tracciare una strada.** Noi, come tutti i cittadini vogliamo un disegno concreto per il nostro paese, **come imprenditori vogliamo un progetto**, un progetto industriale importante che **rimetta l'impresa al centro** perché crea valore, posti di lavoro, ed è capace di dare una prospettiva di futuro alle persone.

Noi possiamo essere il futuro del Paese.

Su questo mi piacerebbe che il 2014 portasse veramente il **nuovo** per **far tornare l'Italia alla sua storia industriale** da proiettare negli anni a venire con **successi e benessere per tutti.**

Giulio Pedrollo

Presidente Confindustria Verona



53^a Assemblea Giovani Imprenditori.

L'impresa e la costruzione del Futuro.

Coraggio, voglia di futuro, innovazione. Questi, i cardini dell'assemblea, tenutasi al Teatro Ristori lo scorso 28 novembre.

«Incertezza, turbolenza, burocrazia. Crisi finanziaria. C'è più spazio per i contabili che per i visionari. Il rischio, in questa situazione, è di avere a che fare con un'impresa vecchia che sopravvive», ha esordito il **Presidente dei Giovani Imprenditori di Verona Andrea Pernigo**, davanti ad una platea di imprenditori, rappresentanti delle istituzioni e autorità, riunita per l'occasione al Teatro Ristori. «Ci sono grandi opportunità e siamo ottimisti sul futuro. Un futuro che è tutto da inventare. Vogliamo essere quelli che fanno accadere le cose. Rivendichiamo la voglia e la capacità di sperare e di sognare».

Imprese e giovani imprenditori, i motori dell'economia, sono stati anche al centro dell'intervento del **Presidente di Banco Popolare**, sponsor dell'evento, **Carlo Fratta Pasini**. Successivamente, sul palco, il **Presidente Andrea Pernigo** ha consegnato



“Ci sono grandi opportunità e siamo ottimisti sul futuro. Un futuro che è tutto da inventare.”

Andrea Pernigo

idealmente il testimone al **nuovo Presidente eletto alla guida del Gruppo Giovani di Verona, Michele Lovato**, il quale sarà alla guida del gruppo per i prossimi tre anni.

Spazio, poi, agli ospiti con il dibattito coordinato dal **giornalista e conduttore radiofonico e televisivo Carlo Massarini**, all'interno del quale si sono alternati imprenditori del calibro di **Eleonora Stefanel, direttore creativo di Stefanel Spa**, e **Fabio Franceschi, presidente di Grafica Veneta** che si sono confrontati sulle proprie esperienze imprenditoriali.

Vanno ad aggiungersi le testimonianze di **Diego Basset, direttore scientifico di Veneto Nanotech**, sul tema futuristico del "grafene" (materiale ad altissima resistenza su cui la Ue ha investito un miliardo di euro in ricerca) e del **sociologo Massimiano Bucchi**, che ha parlato dei riflessi sociali delle innovazioni tecnologiche. Non è mancata un'incursione nel mondo dell'arte grazie alla presenza del **fumettista Daniele Bonomo, in arte Gud**, che ha sottolineato gli interventi con la sua creatività.

A chiudere i lavori, i complimenti e i ringraziamenti per le attività e l'impegno profuso nel suo mandato, al presidente Pernigo da parte del **Presidente dei Giovani Industriali del Veneto Enrico Berto** e del **Presidente di Confindustria Verona Giulio Pedrollo**. Dai quali sono arrivati anche i migliori auguri di buon lavoro al nuovo presidente.



Parola a Michele Lovato

Il nuovo Presidente del Gruppo Giovani Imprenditori di Confindustria Verona racconta l'importanza di restituire alle nuove generazioni fiducia e coraggio, per affacciarsi al mercato del futuro.

Da sempre grande appassionato di mototurismo e di viaggi on the road all'avventura, è fondatore, assieme a Francesco Soriolo, Andrea Franzoso e Alberto Bellieni del "Motor Sapiens Club". È collezionista di motociclette d'epoca BMW ("Rigorosamente con motore Boxer", tiene a precisare) che restaura e customizza personalmente. Pratica Taiji e ama il nuoto. Comincia così, la nostra intervista a **Michele Lovato**, il **neo Presidente del gruppo Giovani di Confindustria Verona**. 39 anni, sposato, due figli, alla guida con i fratelli Davide, Daniela e Laura dell'azienda di famiglia che porta il loro nome, **Lovato Spa di Gazzolo d'Arcole**.

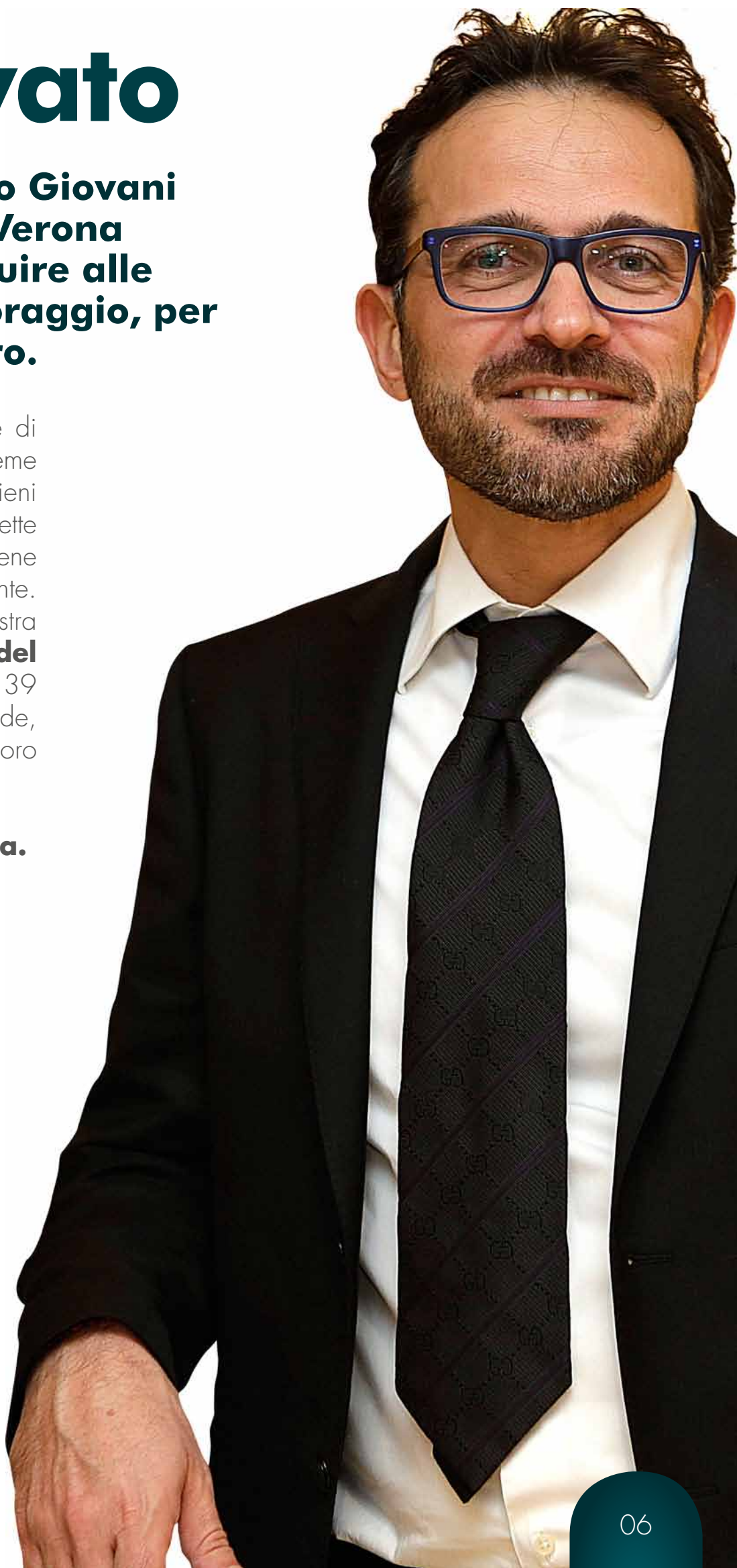
Presidente, comincia una nuova avventura.

"Sono molto orgoglioso di questo nuovo capitolo della mia storia associativa. Ho deciso di candidarmi alla Presidenza del Gruppo Giovani Imprenditori di Verona per poter dare un contributo importante nello sviluppo di progetti innovativi e nella prosecuzione degli obiettivi già iniziati dai precedenti Presidenti, da ultimo Andrea, che tengo molto a ringraziare per l'eredità che mi ha lasciato. La mia esperienza di imprenditore, di ormai 18 anni, spero possa portare un contributo fattivo, non solo di rappresentanza istituzionale, ma anche di esperienza da trasferire ai giovani imprenditori che si affacciano al mercato del futuro."

Giovani e Futuro. Quali saranno gli ostacoli maggiori?

"I prossimi anni saranno caratterizzati da dinamiche globali di non facile previsione, rapidi mutamenti che

Michele Lovato, classe 1974
neo Presidente del Gruppo Giovani di Confindustria Verona



le nostre imprese non potranno in nessun modo rinunciare ad affrontare per poter progredire. Le incertezze sul fronte economico e politico generano ostacoli non facili nelle scelte strategiche di medio e lungo termine, con comprovati rallentamenti e stagnazioni in diversi settori, primo fra tutti il mercato del lavoro e il futuro dei giovani. Il risultato è un susseguirsi di atteggiamenti generali negativi nei confronti del futuro, che scoraggiano soprattutto i ragazzi, perché le loro aspettative di un lavoro e di un'economia favorevole alla crescita, sono totalmente disattese. Oggi, anche i più bravi e dediti allo studio e alla propria crescita formativa, sono sfiduciati e convinti che i loro sforzi per ottenere una soddisfazione professionale, potrebbero essere infruttuosi."

Cosa fare, quindi, per invertire la rotta?

"Viviamo in uno Stato dove la forza propositiva e l'energia creativa dei giovani non sono ancora adeguatamente valorizzate: all'estero anche un giovane di 30 anni, che abbia competenze manageriali adeguate, può ricoprire posizioni di responsabilità anche ai vertici delle più importanti multinazionali. Stiamo rinunciando a dare delle reali opportunità di crescita a questo Paese, che sta perdendo continuamente giovani brillanti che decidono, non senza sacrifici, di trasferire la propria vita lavorativa e personale in altri Paesi. Per questo motivo, mi impegnerò affinché venga affidata ai giovani la responsabilità di ricoprire uno specifico ruolo in funzione dello sviluppo sociale. E' assolutamente prioritario ridare fiducia e coraggio per poter ripristinare quell'energia necessaria ad affrontare questo momento così delicato e significativo."

Che cosa consiglierebbe ad un ragazzo che si propone oggi sul mercato del lavoro? Quali armi deve mettere in campo?

Ne servono molte, oggi più che mai. Il successo non si improvvisa. E' fondamentale come prima cosa la preparazione. Il che significa anche conoscere i nuovi strumenti tecnologici e avere nel proprio bagaglio culturale qualche lingua straniera, meglio ancora se imparata all'estero. Servono energie nuove, nuove idee, entusiasmo.

E coraggio. I momenti di crisi e le difficoltà servono ed aiutano a essere e a crescere più determinati. Come si è soliti dire "la fame aguzza l'ingegno", io ne sono



“Mi impegnerò affinché venga affidata ai giovani la responsabilità di ricoprire uno specifico ruolo in funzione dello sviluppo sociale.”

Michele Lovato

il primo testimone. La volontà di crescere e maturare professionalmente arriva, infatti, spesso proprio dai giovani di quei Paesi dove il vero benessere deve ancora arrivare.

Quali saranno, quindi, i temi cardine sui quali lavorerà, con la nuova squadra, nei prossimi tre anni di presidenza?

"Con la mia squadra lavoreremo su sette aree principali. **Il primo tema è sicuramente l'education**, perché è la base sulla quale costruire qualsiasi professionalità futura. Mi piace sempre ricordare il pensiero di Alberoni: "I giovani non potranno mai crescere se non gli si correggono gli errori". Bisogna partire da qui. La formazione solo sui banchi di scuola, però, oggi non è più sufficiente. Dobbiamo dare l'opportunità ai giovani di conoscere meglio le dinamiche aziendali, favorendo periodi di alternanza scuola-lavoro, affinché possano scegliere con più competenza il proprio percorso formativo. E' per questo motivo che continueremo a



portare avanti e implementare i nostri programmi di collaborazione con il mondo dell'istruzione e delle istituzioni, con la massima disponibilità e il massimo impegno.

Internazionalizzazione è il secondo tema.

Ci impegneremo a promuovere e favorire tutte le attività che potranno essere promotrici di esperienze di interscambio culturale e lavorativo all'estero. Non ci limiteremo solo ad andare all'estero per imparare dai più bravi o per conoscere modelli di impresa da imitare, ma troveremo argomenti di stimolo per reinventare una nuova Italia sfruttando la nostra creatività, flessibilità e qualità, caratteristiche che ci contraddistinguono in tutto il mondo. L'obiettivo è quello di creare su Verona un polo di attrazione internazionale giovanile.

I temi al terzo e quarto punto?

Passaggio generazionale. Molte aziende trascurano un concetto fondamentale e cioè: "il passaggio generazionale non si può attuare a fine carriera del padre/genitore". Ci impegneremo, quindi, a facilitare e promuovere opportunità di confronto tra genitori imprenditori e i loro figli, nell'ottica di generare un naturale periodo di relazione e collaborazione, una sorta di connubio tra tradizione e innovazione, per favorire una naturale continuità, senza traumi e senza arrecare danno alla prosecuzione dell'attività dell'azienda.

L'interscambio di idee e di esperienze.

Considero l'associazionismo un'ottima opportunità di confronto e non una semplice attività sociale o ricreativa. La crescita è possibile solo attraverso continui stimoli dall'esterno. L'energia e le idee più belle arrivano proprio dalle continue sollecitazioni che ci offre il confronto. Ogni associato verrà stimolato a portare le proprie esperienze al fine di condividerle con gli altri. Quest'attività sarà anche un'ottima opportunità di crescita professionale e una "palestra" unica nel suo genere.

E poi, ancora, ritornare a **promuovere il manifatturiero e la sostenibilità e responsabilità sociale d'impresa** sono al punto cinque e sei del mio programma.

Dovremo sforzarci di valorizzare il made in Italy attraverso la qualità dei nostri prodotti, l'originalità e la creatività, penetrando nei mercati emergenti ove

“Servono energie nuove, nuove idee, entusiasmo. E coraggio.”

Michele Lovato

queste caratteristiche vengono richieste, riconosciute e apprezzate. Una sfida concreta sarà quella di attivare un progetto di un nuovo prodotto, ideato e realizzato in Italia, ma venduto in tutto il mondo attraverso il finanziamento in crowdsourcing dimostrando così che anche nel nostro paese, quando si inventa un prodotto brillante, lo si può ancora realizzare.

Tema sostenibilità. Deve essere uno stile di vita, una cultura ben radicata, deve essere presente nel nostro DNA, una naturale conseguenza della consapevolezza che non possiamo continuare a produrre e vivere senza prestare attenzione alle conseguenze che generano le nostre azioni. Si rende necessario a mio avviso iniziare a pensare ad un progetto che permetta di far riflettere sul valore che le nostre aziende hanno per il territorio e per il tessuto sociale.

Come si conclude il suo programma?

“Una parola: **entusiasmo**. È arrivato il momento di smettere di auto-criticarci, e dare colpe alle istituzioni, perché stiamo sottraendo energia all'entusiasmo. Pensare di migliorare il mondo aspettando che qualcun altro prenda l'iniziativa, è l'errore più grande che un individuo possa fare. È appurato che crescita e successo sono sempre state frutto di duro lavoro, di grandi passioni e di attenta amministrazione. Quindi vietato aspettare! Servono cuore, mente e strategia.”

“L'obiettivo è quello di creare su Verona un polo di attrazione internazionale giovanile.”

Michele Lovato



CURRICULUM

Michele Lovato **18 anni di esperienza** **come imprenditore.**

- Nato a San Bonifacio in provincia di Verona il 24 luglio 1974, primogenito dei quattro figli (Daniela, Laura, Davide) di Luigino Lovato, imprenditore e innovatore in ambito termomeccanico.
- Sposato dal 2001 con Anna Mistrorigo, ha due figli.
- Si è diplomato come Perito Industriale all'Istituto Tecnico Industriale Statale "Galileo Ferraris" di Verona nel 1994.
- Nel 1995 è impegnato in un'esperienza formativa e lavorativa in Germania presso la Wolf Klimatechnik di Mainburg dove studia la lingua, si confronta con una importante realtà industriale di livello internazionale collaborando con lo sviluppo dei rapporti tecnico commerciali con Lovato SpA.
- In seguito all'improvvisa malattia del padre Luigino nel 1997, viene nominato Amministratore Delegato dell'azienda di famiglia, carica che ricopre tutt'ora.
- Negli anni successivi si dedica totalmente alla crescita della Lovato SpA, in concerto con i fratelli Davide, Daniela e Laura, confermando una notevole competenza imprenditoriale acquisita anche per mezzo di una formazione continua dedicata allo sviluppo di qualità personali, manageriali e di marketing.
- Nel 2008 fonda la Renau – Energie Rinnovabili, una società dedicata allo sviluppo di soluzioni energetiche alternative, innovative e sostenibili.
- Nel 2009 promuove la realizzazione del primo "Manuale di Energia Solare" di Vittorio Bearzi, Carlo Milanese e Giuseppe Bearzi edito da Tecniche Nuove.
- Promuove, in collaborazione con la Brigata Paracadutisti Folgore, Lovato SpA, Open Up by Cassiopea e Renau, una importante operazione di solidarietà: "Un quaderno per la Pace" a favore dei bambini dell'Afghanistan.
- Nel 2011 è promotore, in collaborazione con centri di ricerca e di formazione manageriale e con la piena adesione dell'Esercito Italiano, del progetto "Esercito e Impresa: sinergie per eccellere".
- Nello stesso anno è tra i primi partecipanti ad un percorso di formazione manageriale tenuto presso il centro addestrativo Lustrissimi di Livorno e nella vicina area di Valle Ugione, organizzato da OpenUp by Cassiopea e gli istruttori della Brigata Paracadutisti Folgore.
- Nel 2012 sviluppa in Renau una serie di sistemi elettronici intelligenti per la gestione e l'efficienza energetica come l'applicazione per tablet e smartphone "hiQoo™" e il sistema di monitoraggio, gestione e contabilizzazione dei dati energetici "Energy Tutor".
- In sinergia con alcuni imprenditori vicentini fonda la THURN srl, azienda specializzata nella tornitura di altissima precisione.

Vita Associativa

- Nel 2010 partecipa ai consigli direttivi del Gruppo Giovani Imprenditori di Confindustria Verona in qualità di invitato permanente.
- A seguito della Presidenza Andrea Pernigo, viene nominato Consigliere con delega all'Internazionalizzazione, promuovendo iniziative di formazione all'estero e organizzando, assieme al Gruppo Giovani Industriali di Vicenza, alcune visite presso le aziende Mercedes Benz, Trumpf e Carl Zeiss.
- Nel 2011, durante la presidenza di Andrea Bolla, viene eletto membro della Giunta di Confindustria.
- Dal 2012 viene designato membro di Giunta di Federmeccanica.
- Il 28 novembre 2013 viene eletto Presidente del Gruppo Giovani di Confindustria Verona.



Squadra di Presidenza

triennio 2013/2016



Laura Cremonesi
CREMONESI CONSULENZE Srl

34 anni, dopo gli studi di comunicazione d'impresa e comunicazione finanziaria e due anni di esperienze lavorative a Milano, entra nell'azienda di consulenze energetiche di famiglia dove è responsabile della comunicazione interna ed esterna, la formazione e gli eventi sostenibili nel ruolo di Vicepresidente. Ha conseguito specializzazioni nell'ambito del marketing, comunicazione, social media, leadership, energy management, fonti rinnovabili e gestione aziendale. Dal 2007 è membro del Gruppo Giovani di Confindustria Verona. Grande appassionata della danza e dell'improvvisazione teatrale.



Valeria Fraccaroli
ADPRESSCOMMUNICATIONS Spa

Classe 1979, dopo una laurea in linguistica e un soggiorno a Londra, inizia a lavorare in ADpress come account executive presso la sede di Bologna prima e poi di Roma, per poi rientrare nel 2010 nella sede principale di Verona. Oltre alla gestione diretta di alcuni clienti storici, dal 2011 si occupa anche di controllo di gestione e di sviluppo strategico in stretta collaborazione con la direzione generale. Negli ultimi due anni ha svolto un MBA presso il CUOA. Nel 2011 diventa membro del Gruppo Giovani, nel 2012 Invitato Permanente e nel novembre 2013 Vice Presidente con delega al Marketing. Grande appassionata di libri e viaggi, dal 2001 si occupa insieme al padre Guido di promuovere la cooperazione in alcuni villaggi della Tanzania, dove con il contributo dell'azienda di famiglia sono stati già costruiti scuole, asili e un ospedale.



Cristiano Magnani

CAD IT Spa

Nato a Verona il 18 dicembre 1976, ricopre la funzione di Product Manager delle soluzioni di Business Intelligence in CAD IT S.p.A. Laureato in Informatica nel 2003, con una tesi di laurea su una ricerca sulla reingegnerizzazione dei sistemi produttivi di CAD IT. Consegue un Master di Primo livello in Business Intelligence e Knowledge Management e si specializza su progetti di gestione delle informazioni bancarie, Risk Management e Fraud Management. Dal 2006 è membro del Gruppo Giovani di Confindustria Verona. Da sempre appassionato di sport, in particolare di scherma, ha gareggiato in campionati italiani e gare di coppa del mondo. Nel 2005 fonda una società di scherma, nella quale ricopre il ruolo di presidente, ed è impegnato nella creazione e nello sviluppo di questo sport a livello locale.



Davide Zorzi

PANIFICIO ZORZI Srl

Classe 1990, Amministratore Delegato di Panificio Zorzi Srl.

Dal 2008 è parte del Gruppo Giovani Confindustria Verona, dove ha ricoperto la carica di Invitato Permanente e, successivamente, di Consigliere. Membro del Gruppo Scuola Regionale dal 2010 e della Commissione Nazionale Education e Lavoro dei Giovani Imprenditori di Confindustria. Laureando in Economia e Commercio presso l'Università di Trento, attualmente è impegnato in Master in Lean Management. Appassionato di ginnastica artistica, dal 2013 è Giudice Nazionale.





Education Week:

un ponte efficace tra scuola e lavoro.

Oltre 600 ragazzi coinvolti, 200 famiglie, 13 aziende: sono questi i numeri della settimana dedicata all'orientamento organizzata dal Gruppo Giovani Imprenditori di Confindustria Verona.

Rafforzare e sviluppare un dialogo efficace tra mondo della scuola e mondo del lavoro è la mission di Education Week, il progetto ideato dal **Gruppo Giovani di Confindustria Verona** che per una settimana, dal 21 al 25 ottobre, ha coinvolto **oltre 600 bambini e ragazzi**, dalla scuola elementare all'Università, le loro famiglie, i docenti, gli enti e le istituzioni del territorio nell'ambito della formazione e dell'orientamento professionale.

Il progetto è stato realizzato con il patrocinio del **Comune di Verona**, della **Provincia Verona**, dell'**Università di Verona** e dell'**Ufficio Scolastico della Provincia**, grazie al contributo della **Camera di Commercio** e del **Progetto di Vita di Cattolica per i Giovani** e alla partnership tecnica del **Comitato provinciale Orientamento Scolastico Professionale (Cosp)**, l'azienda **Pleiadi Srl** e **Unimpiego di Confindustria Verona**. **Andrea Pernigo, Presidente del Gruppo Giovani Imprenditori di Confindustria Verona** ha commentato "Come Giovani Imprenditori e Confindustria Verona, abbiamo voluto ribadire al territorio **il nostro impegno per far crescere la cultura d'impresa, fornire ai ragazzi strumenti e conoscenze per un orientamento consapevole e supportarli**, assieme ai loro genitori, nella scelta del percorso di studi, superiore e universitario.

Sono convinto che sia strategico per la crescita e lo sviluppo di un territorio creare un ponte efficace tra scuola e imprese. Aprire le porte delle nostre aziende, raccontare le nostre esperienze di imprenditori aiutando i ragazzi ad interpretare il mondo che li circonda, creare progetti in sinergia con il mondo scolastico, credo possano essere buoni veicoli per dare risposte concrete al futuro dei ragazzi, lavoratori e imprenditori di domani, ma anche delle nostre imprese."

“Aprire le porte delle nostre aziende, raccontare le nostre esperienze di imprenditori [...] creare progetti in sinergia con il mondo scolastico, credo possano essere buoni veicoli per dare risposte concrete al futuro...”

Andrea Pernigo

Le iniziative

Imprendo

Dedicato ai bambini della **scuola elementare** che hanno potuto conoscere da vicino l'attività d'impresa, simulando un processo di filiera per **capire la dinamica di scambio tra beni e servizi**.

ImpresaOrienta

Per i ragazzi delle scuole medie inferiori. **13 aziende della Provincia** (Ancap Spa, ADPresscommunications Spa, Albertini Spa, Berner Spa, Calzaturificio Jumbo, Cerin Spa, Conforti Spa, Comac Spa, Ferrari BK Spa, MF1 Srl, Panificio Zorzi Srl, Scatolificio del Garda Spa, Tre Colli Spa) **hanno aperto le porte ai ragazzi** per far conoscere la struttura e l'organizzazione aziendale, i profili professionali presenti e i percorsi di studio ad essi collegati.

Incontri per Testimoni d'Impresa

Pensati per gli **studenti delle scuole superiori** alle prese con la **scelta dell'Università**. I ragazzi si sono confrontati con alcuni imprenditori appartenenti ad aziende di diversi settori che hanno raccontato la propria esperienza e il proprio percorso professionale e scolastico, affiancati da operatori del COSP.

Job Tutorial

Ha coinvolto ancora una volta gli **studenti delle scuole superiori** in una serie di incontri con professionisti e consulenti, per **capire come inserirsi nel mondo del lavoro**, dalle modalità di stesura e presentazione di un curriculum vitae, alle dinamiche di risposta agli annunci di lavoro o ancora ai contratti di assunzione maggiormente utilizzati dalle aziende.

iBridge

Novità di quest'anno, un progetto ideato per gli **studenti universitari** in collaborazione con l'**Università di Verona**. Si tratta di **una piattaforma online che crea un ponte tra Imprese e Università sul tema innovazione**, attraverso il «crowdsourcing». Attivando un meccanismo di sfida le aziende comunicano la loro



necessità ad un bacino di risorse professionali vastissimo, dal quale attingere le competenze necessarie per lo svolgimento di un lavoro, ad un prezzo competitivo. Se da una parte le imprese possono, così, trovare un'idea, realizzare un progetto, produrre un prototipo e, più in generale, rinnovarsi, dall'altra gli studenti e i ricercatori possono avvicinarsi al mercato del lavoro.

OrientaGenitori

Un momento di **confronto tra genitori e rappresentanti del mondo dell'impresa** e della formazione, sul tema dell'orientamento alla scelta della scuola superiore.

OrientaInsegnanti

Un **confronto con esperti** dell'arte di aiutare i giovani a scoprire e valorizzare i propri talenti.

13-15 NOVEMBRE

Orientagiovani e PMI DAY

Sempre nella sfera della formazione e dell'orientamento dei più giovani, va a collocarsi l'attività di **Orientagiovani**, che nell'anno della XX edizione si è svolto in collaborazione con la **Piccola Industria e il PMI DAY**.





Venture Community: fare impresa con le idee.

Creare nuove imprese sul territorio mettendo in contatto imprenditori con nuove idee d'impresa e investitori, per trasformare progetti vincenti in nuove opportunità di business.

Questa è la ricetta di **Venture Community, edizione numero quattro**, iniziativa che rientra nell'ampio progetto dei **Giovani Imprenditori**. L'obiettivo è quello di contribuire fattivamente allo sviluppo economico e sociale del territorio, favorendo la creazione di nuove aziende e lo sviluppo di piccole imprese ad alto potenziale, per **costituire una rete che faciliti l'incontro tra competenze e idee, progetti d'impresa, capacità imprenditoriali e risorse finanziarie**.

Nel corso di questa edizione sono state presentate ad un numeroso parterre di imprenditori, accademici e potenziali investitori del mondo del credito e della finanza, **cinque nuove idee d'impresa per dare nuovo impulso al tessuto manifatturiero veneto**. A coordinare i lavori Michele Zanella, Project Leader **Venture Community Verona e Francesco Inguscio, AD e fondatore Nuvolab srl**.

"Come Giovani Imprenditori crediamo fortemente che tutte le iniziative volte a dare linfa alle start up, rappresentino

un motore di crescita importante per il nostro Paese" – ha commentato **Andrea Pernigo, Presidente Gruppo Giovani Confindustria Verona** – "Sono soddisfatto dei segnali raccolti fino ad ora: gli imprenditori hanno dimostrato interesse per i progetti presentati, ora dobbiamo passare ai fatti. Questo anche se il contesto del sistema Paese pare non riuscire ad incentivare ancora sufficientemente le iniziative dei giovani. **Venture Community vuole essere un segnale positivo per guardare al futuro.**"

"Sono soddisfatto dei segnali raccolti fino ad ora: gli imprenditori hanno dimostrato interesse per i progetti presentati, ora dobbiamo passare ai fatti."

Andrea Pernigo

I 5 PROGETTI SELEZIONATI SONO:

ATLANTECH

Atlantech ha sviluppato un sistema innovativo di installazione dei pali di illuminazione che rivoluziona l'attuale stato della tecnica di settore: si sostituisce l'attuale plinto di calcestruzzo con un kit di installazione di fondazione a vite realizzato in acciaio o in altri materiali ecosostenibili, alternativi al calcestruzzo.

BCLEVER

Grazie alla tecnologia inventata dal team di Bclever è possibile creare una stampante (Spider) in grado di riprodurre qualsiasi tipo di immagine, grafica o decorazione digitale direttamente su grandi superfici come ad esempio muri e pavimenti, rendendo gli ambienti unici, con grande facilità di impiego.

MAP2APP

Map2app è una piattaforma web che consente di creare una "mobile travel app", ovvero una guida di viaggio per iPhone e Android in formato di applicazione nativa. In altre parole, map2app è il Wordpress delle mobile travel apps.

TALEMOTION.COM

Talemotion.com è una community che permette di pubblicare gratis racconti brevi e sottoporli al giudizio dei lettori. Esiste l'opportunità di pubblicare libri interi, trattenendo per l'autore il 70% del prezzo di copertina.

XYZE

XYZE è la nuova tecnologia per il fashion on line in grado di mettere in comunicazione le misure del corpo del potenziale cliente con il capo che vuole acquistare. La misurazione avviene attraverso un bracciale digitale (il nuovo metro da sarto) collegato ad una app. Il software raccoglie le misure e le integra direttamente con l'e-commerce del brand per un acquisto mirato e della taglia corretta.





Un nuovo modello di crescita per le imprese.

Quello delle start up è un tema molto attuale, tra interventi normativi, business competition e percorsi di formazione imprenditoriale dedicati.

Anche **Confindustria Verona** ha iniziato a parlarne ormai un anno fa, introducendo la possibilità per le **start up innovative** di entrare in associazione, gratuitamente e per due anni, per avere tutto il supporto alla crescita da parte degli uffici e l'occasione di **assimilare cultura aziendale**.

Con **IMPRESAperIMPRESA** Confindustria Verona pone un nuovo tassello nelle attività svolte lungo la **filiera dell'innovazione**. L'idea alla base dell'iniziativa è quella di **dare una casa alle start up**, mettendole in relazione con le aziende già mature in **uno scambio solidale** ad effetto moltiplicativo. Si tratta di una strategia emergente di **corporate venturing**, nota con il termine di **spin in**.



“Per un imprenditore, poter accudire un giovane progetto d'impresa è l'occasione di credere nell'innovazione e di scommettere sul futuro.”

Giulio Pedrollo



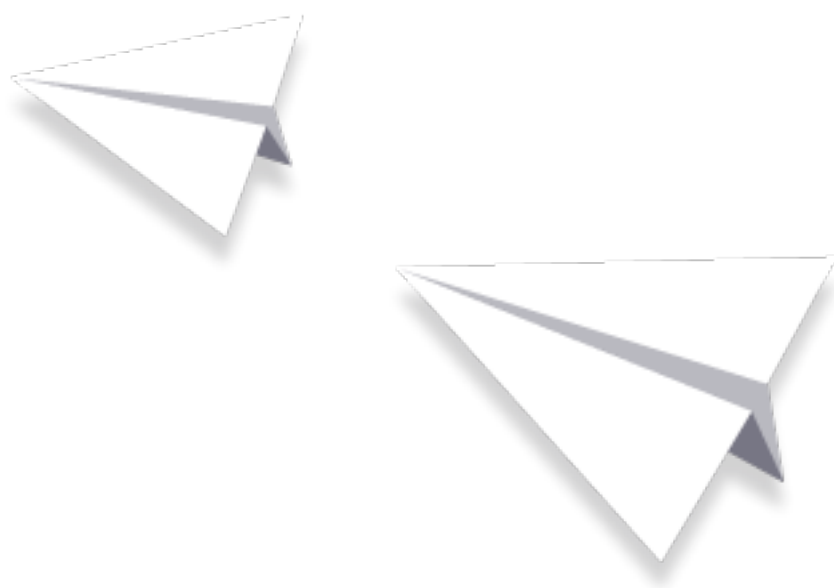
Sono start up fondate da soggetti autonomi rispetto all'impresa, che lavorano con imprese strutturate e rispetto alle quali sviluppano tecnologie e prodotti coerenti con i loro obiettivi, pur mantenendo autonomia di bilancio fino ad arrivare, eventualmente, all'integrazione nell'impresa.

Con **IMPRESAperIMPRESA** le nuove iniziative d'impresa avranno l'occasione di crescere, trovando all'interno delle aziende un ambiente favorevole al proprio sviluppo.

Grazie ad un affiancamento qualificato nella fase di avvio operativo, sia esso il confronto con l'imprenditore su temi strategici, la consulenza operativa su temi specifici dei vari uffici quali marketing, amministrazione e finanza, oppure la condivisione di risorse materiali come spazi fisici (banalmente, una stanza), le nuove iniziative d'impresa avranno la possibilità di avvalersi dell'ufficio tecnico, di realizzare prototipi o, infine, di giovare di un supporto finanziario e, soprattutto, **la possibilità di ricevere una concreta educazione alla vita d'impresa.**

Per le imprese associate le opportunità saranno altrettanto interessanti: avranno, infatti, l'occasione di introdurre in azienda "business unit" innovative per loro dna e indipendenti dall'operatività del quotidiano, in grado di **attivare processi innovativi, utili a rafforzare o a diversificare il business principale.**

"Per un imprenditore, poter accudire un giovane progetto d'impresa è l'occasione di credere nell'innovazione e di



scommettere sul futuro", afferma il **Presidente Giulio Pedrollo** mentre **Bruno Giordano, Consigliere incaricato per l'innovazione e le start up di Confindustria Verona**, aggiunge: "Con un processo rigoroso, vogliamo accompagnare le start up nell'ultimo miglio che devono percorrere per diventare vere e proprie imprese.

La fase dell'esecuzione è quella in cui le start up in genere sono sole, per questo è la più critica e, troppo spesso, porta al fallimento del progetto".

“Con un processo rigoroso, vogliamo accompagnare le start up nell'ultimo miglio che devono percorrere per diventare vere e proprie imprese.”

Bruno Giordano





L'iniziativa si articola nei seguenti step:

Step

1

Fino al 28 febbraio 2014

LA CALL PER LE NUOVE INIZIATIVE D'IMPRESA

Fino al 28 febbraio 2014 è aperta la 1° call per l'autocandidatura da parte delle iniziative d'impresa. Indipendentemente da provenienza, settore, livello di maturazione, è possibile candidarsi attraverso l'invio di un form on line su impresaperimpresa.com

Step

2

15 marzo 2014

LA SELEZIONE DEI MIGLIORI PROGETTI

Un team tecnico è incaricato della valutazione dei progetti e della loro selezione, secondo il grado di innovatività e di coerenza con il sistema produttivo del territorio, per arrivare ad attribuire un rating alle candidature selezionate. Il team tecnico accompagnerà i progetti d'impresa in tutto il percorso di inserimento nelle imprese ospitanti, con un tutoring periodico.

Step

3

30 maggio 2014

IL MATCHING TRA START UP E IMPRESE

Un roadshow ragionato e clusterizzato porterà i progetti tra gli imprenditori potenzialmente più interessati. Riunioni di sezione, appuntamenti istituzionali, incontri ristretti sono le occasioni da progettare per favorire l'incontro tra imprenditori, la conoscenza dei progetti e l'emergere di manifestazioni di interesse. I progetti restano consultabili e contattabili on line per i successivi approfondimenti.

Step

4

LE START UP ENTRANO IN AZIENDA

Portare i nuovi progetti d'impresa a condividere la vita d'azienda è il prodotto di IMPRESAperIMPRESA. Tre, sono le direttrici rispetto alle quali costruire il modello di collaborazione più efficace: risorse materiali (spazi fisici, impianti e attrezzature), risorse umane (competenze professionali di collaboratori aziendali, consulenza e tutoring da parte dell'imprenditore), risorse finanziarie (a titolo di capitale proprio, in forma di finanziamento o supporto nell'accesso a finanziamenti). Confindustria Verona mette a disposizione tutte le competenze specialistiche necessarie per individuare le modalità migliori di realizzazione del progetto.



VISITA IL SITO

impresaperimpresa.com

Il team tecnico

di www.impresaperimpresa.com



GIULIO PEDROLLO

Presidente di Confindustria Verona



GIOVANNI GAJO

Partner fondatore di Alcedo sgr



PAOLO BEDONI

Presidente Società Cattolica di Assicurazione



FRANCESCO INGUSCIO

CEO Nuvolab



BRUNO GIORDANO

Consigliere incaricato per l'innovazione e le start up di Confindustria Verona



GIOVANNI MERUZZI

Incaricato per le start up e gli spin off dell'Università di Verona



ALESSANDRO FABIANO

Presidente Sezione alimentare di Confindustria Verona



MICHELE ZANELLA

Presidente Sezione servizi innovativi e tecnologici di Confindustria Verona



ENRICO FRANZINI

Presidente Sezione sistema moda di Confindustria Verona



ILARIA CAPUA

Virologa e ricercatrice



GIUSEPPE RIELLO

Presidente Sezione metalmeccanica di Confindustria Verona



VISITA IL SITO

impresaperimpresa.com



Finanza d'impresa: nuove opportunità a Km zero.

Giovedì 14 novembre Confindustria Verona ha ospitato il convegno organizzato da Borsa Italiana e Prometeia in materia di finanza d'impresa, volto ad approfondire le tematiche relative l'emissione di strumenti di debito o l'apertura del capitale.

Considerato l'attuale momento di congiuntura economica delicata, la stretta creditizia che non si allenta e il conseguente interesse delle aziende verso **nuovi strumenti finanziari in continua crescita**, obiettivo dell'appuntamento è stato quello di **facilitare l'incontro tra investitori** (fondazioni bancarie, fondi di previdenza, family office, assicurazioni) e

imprese locali.

Le piccole e medie imprese non quotate possono, infatti, valutare oggi l'ottenimento di capitali di investimento attraverso l'emissione di **strumenti di debito** (c.d. Mini Bond) o l'**apertura del capitale** (AIM Italia). **Le esperienze vissute sul campo, raccontate dagli illustri ospiti di Borsa**



Il presidente di Borsa Italiana Massimo Tononi, il Presidente Confindustria Verona Giulio Pedrollo e il presidente di Prometeia Angelo Tantazzi.

Italiana, Prometeia, Solidarietà Veneto, Riello Investimenti, Cattolica Assicurazioni, Masi Agricola, Labomar e Banca IFIS, hanno dato ulteriori spunti di confronto e approfondimento.

E' emerso come la convenienza di tali strumenti di finanza evoluta, vada raffrontata anche con gli aspetti negativi degli stessi, quali, ad esempio, costi elevati, tempistiche, complessità gestionale e scarsa padronanza degli strumenti. **Confindustria Verona**, nelle parole del suo Presidente **Giulio Pedrollo**, **auspica di consolidare il proprio ruolo nell'attivazione di nuovi schemi di finanza territoriale**, dove il bond del territorio gestito con Banco Popolare di Verona ne è un esempio, **nella promozione della raccolta di fondi da investitori istituzionali da destinare alle imprese**, nell'aggiornare la cultura finanziaria nelle imprese.

E proprio sulla cultura finanziaria d'impresa occorre concentrare l'intervento, facendo sì che le aziende comprendano che strumenti quali i **"mini bond"**, oltre a **consentire il reperimento di fondi "disintermediando" il canale bancario**, comportano la necessità di:

- ✓ **un miglioramento dei processi amministrativi e di reporting gestionale;**
- ✓ **una maggiore trasparenza verso l'esterno;**
- ✓ **un maggiore focus sull'equilibrio di alcuni indici di bilancio;**
- ✓ **una migliore pianificazione di fabbisogni finanziari e scadenze.**



Confindustria Verona, già dal 2010, è riconosciuta a livello regionale da Borsa Italiana, quale Exchange Information Point, ovvero, un riferimento per fornire informazioni e supporto a tutte le imprese del Veneto che desiderassero avvicinarsi alla quotazione in Borsa e ad altri strumenti di finanza evoluta.

Il Cenacolo dell'Impresa:

bilancio positivo per il 2013.

“Scopri la tua azienda”: oltre 340 imprenditori nei 4 incontri di questa edizione organizzati dal Comitato della Piccola Industria nell'area della provincia.

“I risultati confermano l'apprezzamento per i relatori e i contenuti affrontati” - commenta il **Presidente della Piccola Industria, Luciano Barana** – “La ragione è da ricercarsi essenzialmente nel fatto che si tratta di appuntamenti ideati da imprenditori a beneficio di altri imprenditori, con l'obiettivo di diffondere “cultura d'impresa”, in particolare la cultura manageriale”.

Giunti alla settima edizione, il **format degli incontri si dimostra essere estremamente collaudato.**

Una prima parte di carattere **seminariale**, mirata al trasferimento di contenuti e metodologie gestionali evolute, una seconda parte **conviviale**, finalizzata a favorire la conoscenza ed il confronto tra gli imprenditori intervenuti. Le location sono state le sedi di imprese associate in differenti aree della provincia.



“Si tratta di appuntamenti ideati da imprenditori a beneficio di altri imprenditori, con l'obiettivo di diffondere “cultura d'impresa.”

Luciano Barana



1° Incontro aprile 2013

Il ciclo di incontri ha preso il via in aprile con l'appuntamento dal titolo "**Quali scenari per la piccola impresa?**", tenutosi nella sede del **Gruppo Manni** a Verona. I relatori erano **Giorgio Del Mare, Presidente di Methodos** e **Giuseppe Manni, Presidente di Gruppo Manni HP**, il quale ha presentato la case history della propria azienda.

2° Incontro maggio 2013

A fine maggio il **Museo Nicolis** di Villafranca di Verona ha approfondito "**I meccanismi della persuasione nell'arte della vendita**" con l'intervento di **Fernando Toppetta, formatore di OpenUp by Cassiopea** e grazie alla testimonianza di **Silvia Nicolis, Presidente del Museo Nicolis**.

3° Incontro settembre 2013

Successivamente, a settembre, la terza tappa è stata "**Comunicare l'azienda e i suoi prodotti attraverso il web**" in Fiorio, a Pescantina. Sono intervenuti **Francesco Casale, Digital Creative Bureau** e **Paolo Errico, AD di Maxfone**. **Cristina Valenza, Responsabile Comunicazione di Masi Agricola**, ha portato la propria case history aziendale.

4° Incontro novembre 2013

Infine, lo scorso novembre, **Vagotex Windtex** di Colognola ai Colli ha ospitato l'ultimo incontro "**Gestire le risorse umane in chiave strategica**" che ha visto l'intervento di **Daniele Bevilacqua, Past President dell'International Coach Federation Italia** e **Alessandro Caso, Socio e Responsabile Risorse Umane Intesys** e **Franco Zanardi, Presidente onorario di Zanardi Fonderie**, che hanno illustrato le proprie esperienze in azienda.



"Quest'anno abbiamo introdotto 2 significative novità", aggiunge **Cinzia La Rosa Vice Presidente della Piccola Industria**, che ha coordinato la progettazione dell'evento: "In primis abbiamo incrementato le case history per dare all'imprenditore esempi concreti e molto operativi, vicini alla propria esperienza. Successivamente, abbiamo creato una nuova categoria di sponsor low cost per dare la possibilità al maggior numero di aziende associate di abbinare il proprio brand alla manifestazione".

“Abbiamo incrementato le case history per dare all'imprenditore esempi concreti e molto operativi, vicini alla propria esperienza.”

Cinzia La Rosa

Quest'anno infatti, oltre ai due **partner storici Banca Popolare di Vicenza** e **Specchiasol**, hanno aderito alla nuova categoria di sponsorizzazione 8 aziende: Corsini Cancelleria, Dr. Reniero e Associati, Maxfone, OpenUp by Cassiopea, Redoro, Sartori, Vertours e Zenato. **Il Comitato della Piccola Industria si è già messo all'opera per l'organizzazione dell'ottava edizione del Cenacolo. L'appuntamento per tutti gli imprenditori veronesi è al 2014.**



INCONTRIAMO I BRICS: le opportunità del dragone.

Si è tenuto lo scorso 27 novembre il secondo appuntamento del ciclo "Incontriamo i BRICS", una serie di incontri con i Consoli Generali in Italia di Brasile, Russia, India, Cina e Sudafrica.

L'obiettivo è quello di **favorire nuove relazioni**, mettendo a disposizione degli imprenditori **canali preferenziali per trovare risposte ai propri interrogativi di crescita e sviluppo del business**, nel contesto di un gruppo di Paesi di particolare interesse per la loro crescita record.

Il **Console Generale Cinese Liao Juhua**, nominato da qualche mese alla sede di Milano, ha delegato **Zhang Gang, Segretario Generale del CCPIT, China Council for the Promotion of International Trade e del CCOIC, China Chamber of International Commerce**, ad incontrare le aziende associate di Confindustria Verona per **la promozione delle relazioni commerciali Italia-Cina**, in uno scambio di esperienze e confronto.

Il **CCPIT** conta **300 filiali** in Cina, **700.000 aziende associate**, **2 camere arbitrali**, una per il commercio internazionale e una per gli affari marittimi. Vanta una struttura molto organizzata ed efficiente per il supporto alle imprese nella partecipazione a manifestazioni fieristiche in Cina e l'organizzazione di missioni imprenditoriali



Leggi

la scheda sul sito di Confindustria Verona dedicata alla Cina.



Leggi

la scheda sul sito di Confindustria Verona dedicata ai Brics.

Il CCPIT in numeri:

300

Filiali in Cina.

700
mila

Aziende associate.

2

Camere arbitrali

- 1 per in commercio internazionale.
- 1 per gli affari marittimi.

all'estero. Attualmente, il **CCPIT** ha in carico la gestione del **Padiglione Cinese per l'Expo 2015**, sta pianificando l'arrivo di delegazioni di imprenditori cinesi in vista dell'esposizione universale di Milano e ha sottolineato l'importanza di cogliere l'occasione dell'Expo 2015 per organizzare incontri B2B con aziende italiane e stringere fruttuosi contatti di business.

La Cina rappresenta, infatti, un mercato immenso per la domanda di prodotti Made in Italy, basti pensare che il fatturato annuo di consumo procapite registrato dalla sola carta di credito VISA nel 2012 è stato di 946\$, rispetto al consumo annuo dei francesi pari a 150\$ o a quello degli italiani, 100\$. Tuttavia, nonostante il nostro Paese possa contare su un brand nazionale che evoca immediatamente qualità e tradizione, la presenza in Cina di prodotti di consumo italiani è più debole rispetto a quella di altri Paesi europei.

Una delle cause, secondo il Sig. Zhang, è la scarsa presenza delle aziende italiane direttamente in loco.

Negli ultimi dieci anni, brand come Starbucks o Pizza Hut hanno conquistato i gusti dei cinesi obbligando il marketing del settore agroalimentare italiano ad un approccio necessariamente più penetrante, mirato a cambiare le abitudini ormai consolidate.

Ad una PMI serve, quindi, un'attenta pianificazione, un accurato piano di promozione e volontà di mettersi in gioco. In alcuni settori, come quello della componentistica, occorrerà una partnership con un'impresa locale per far fronte ad entità elevate di ordini che la produzione di una PMI potrebbe non essere in grado di soddisfare da sola.

“Una delle cause della debole presenza in Cina di prodotti di consumo italiani, è la scarsa presenza delle aziende italiane direttamente in loco.”

Zhang Gang

Un primo passo per entrare in contatto con potenziali clienti in Cina è la visita a fiere del proprio settore. Una manifestazione promossa dal CCPIT è la **China Import Expo a Kunshan** nel maggio 2014, punto di incontro degli operatori del settore metalmeccanico, ambientale, prodotti di consumo e aviazione civile che intendono esportare in Cina.

In occasione dell'incontro è stata distribuita una guida tecnica elaborata dagli Uffici di Confindustria Verona che approfondisce aspetti economici, doganali e fiscali del mercato cinese.

La guida e' liberamente scaricabile dal sito di Confindustria Verona alla sezione Internazionalizzazione e alla sezione Dati e Scenari.

Per maggiori informazioni è a disposizione l'Ufficio Internazionalizzazione di Confindustria Verona tel. 045 80 99447; estero@confindustria.vr.it.





Sicurezza alimentare e tutela del Made in Italy.

“Tutelare la sicurezza alimentare: dall’autocontrollo alle verifiche esterne”
E’ questo il titolo dell’incontro organizzato da Confindustria Veneto Agroalimentare e dalla Sezione Alimentare di Confindustria Verona, che si è svolto nei giorni scorsi per favorire un confronto trasparente e costruttivo tra gli operatori e gli stakeholders privati e pubblici.

Scopo dell’incontro era quello di capire quale fosse il **modus operandi degli organismi preposti ai controlli nelle aziende del settore**, quotidianamente sottoposte ad autocontrolli e monitoraggi per garantire la qualità dei prodotti, tutelando la salute dei consumatori e salvaguardando, in questo modo, anche l’immagine del “Made in Italy” all’estero.

I lavori sono stati aperti da **Raffaele Boscaini, Presidente di Confindustria Veneto Agroalimentare** e da **Alessandro Fabiano, Presidente della Sezione Alimentare di Confindustria Verona**. “Le aziende, mediante questi controlli quotidiani”, ha rilevato Alessandro

Fabiano, “cercano di mantenere livelli elevati di qualità e salubrità dei prodotti per il consumatore, di pari passo all’innovazione ed alla ricerca.”

“*La richiesta di questi certificati è in aumento, segno che un numero sempre crescente di aziende alimentari commercia con i propri prodotti all’estero.*”

Linda Chioffi



Alessandro Fabiano Presidente della Sezione Alimentare di Confindustria.

Secondo **Linda Chioffi, che dirige a Verona il Servizio Igiene Alimenti Nutrizione dell'ULSS 20**, preposto alla verifica della conformità del prodotto, della sicurezza nelle transazioni e nelle esportazioni e di protezione del consumatore finale in numerosi ambiti produttivi, **le aziende hanno un approccio migliore con le procedure di autocontrollo rispetto a vent'anni fa.**

“Le non conformità più frequenti si riscontrano sull'igiene e sul mancato autocontrollo, con una notevole differenza tra gli stabilimenti industriali dotati di una buona organizzazione e le attività più piccole, nelle quali l'autocontrollo non sempre è gestito in modo corretto” ha commentato, e aggiunge “Un'attenzione ulteriore è necessaria per le aziende che esportano i prodotti all'estero, alle quali viene rilasciata una apposita attestazione. La richiesta di questi certificati è in aumento, segno che un numero sempre crescente di aziende alimentari commercia i propri prodotti all'estero”.

Daniele Rossi, Amministratore Delegato di Federalimentare Servizi, ha dichiarato “In Italia si investe un miliardo di euro all'anno nell'autocontrollo e sono sessantamila gli addetti alla gestione e al monitoraggio dei processi. Tuttavia, gli imprenditori spesso faticano a capire l'importanza di questi controlli e dei cambiamenti che ne possono derivare, a livello di prodotto”.

“*Le aziende mediante questi controlli cercano di mantenere livelli elevati di qualità e salubrità.*”

Alessandro Fabiano

Agostino Cavazza, Direttore del Centro Ricerca e Innovazione di Fondazione Edmund Mach di San Michele all'Adige ha illustrato, poi, agli operatori, le ultime novità tecniche in materia di innovazione tecnologica nel controllo dei processi e del packaging del prodotto.

Infine, la testimonianza tecnica di **Pietro Mercurio, Comandante dei Carabinieri del NAS di Padova**, ha presentato alcuni casi operativi per sottolineare i rischi derivanti dalla mancanza di autocontrollo nel settore alimentare. La tutela della sicurezza alimentare si ottiene, secondo ciò che è emerso, con **un costante autocontrollo della qualità dei prodotti alimentari, grazie ad una proficua e costante collaborazione tra le parti.**



Raffaele Boscaini, Alessandro Fabiano, Linda Chioffi, Daniele Rossi, Agostino Cavazza e Pietro Mercurio durante l'incontro tenutosi il 19 novembre 2013.

Il Settore Moda si riunisce a Verona

Le aziende del sistema Moda insieme per approfondire la normativa Europea sull'utilizzo delle sostanze chimiche nella filiera di produzione.

Le **aziende del settore della moda**, appartenenti al **sistema confindustriale del Veneto**, si sono date appuntamento **lo scorso 29 ottobre a Verona** per parlare degli obblighi che il **Regolamento Europeo 1907/2006** (c.d. "Regolamento R.E.A.Ch."), che disciplina la registrazione, la valutazione, l'autorizzazione e la restrizione delle sostanze chimiche, ha introdotto anche per le aziende utilizzatrici di tali sostanze.

L'incontro, voluto da **Enrico Franzini, Presidente della Sezione Moda di Verona**, ha permesso di approfondire i dettagli, anche complessi, di tali obblighi, grazie alla **condivisione delle diverse competenze dei partecipanti** creando, così, una rete di conoscenze condivise.

"Questo non è solo un incontro didattico e tecnico",

ha sottolineato Franzini in apertura, "ma è anche un'occasione per capire come sfruttare il Regolamento R.E.A.Ch. al fine di avere un vantaggio commerciale sui competitor".



Enrico Franzini,
Presidente della Sezione Moda di Verona

*“Questa è
un'occasione
per capire
come
sfruttare il
Regolamento
R.E.A.Ch.”*
Enrico Franzini

Regolamento R.E.A.Ch.

Che Cos'è?

Il Regolamento Europeo n.1907/2006, entrato in vigore il 1° giugno 2007, c.d. "Regolamento R.E.A.Ch.", dall'acronimo "Registration, Evaluation, Authorisation and Restriction of Chemicals", ha lo scopo di garantire un elevato grado di protezione della salute umana e dell'ambiente, relativamente alla produzione, importazione e utilizzo delle sostanze chimiche nella Comunità Europea. Il R.E.A.Ch. disciplina l'intero ciclo di vita delle sostanze chimiche (sostanza, miscela, articolo) e introduce un sistema integrato per la loro registrazione, valutazione, autorizzazione e restrizione.

Criticità per il settore tessile

Il Regolamento R.E.A.Ch. è anche un regolamento di prodotto.

- ✓ La registrazione delle sostanze può avere un impatto sulla reperibilità in Europa di alcune materie prime.
- ✓ L'autorizzazione delle sostanze richiede di tracciare la presenza di alcuni composti chimici nel prodotto.
- ✓ Le restrizioni all'uso possono vietare alcune sostanze all'interno del prodotto o di materiali di partenza.



Estratto dalla presentazione: "L'applicazione del regolamento REACH nel comparto tessile" del Dott. Michele Checchin del Centro Reach Veneto.

Dall'incontro, è emersa la necessità di mantenere vivo tale confronto di idee, fonte di spunti interessanti su come affrontare in modo dinamico alcune delle problematiche riscontrate, in un ambito normativo fortemente impattante per le aziende del settore.

Ospiti il **Dott. Giorgio Cipolla, Direttore del Servizio SPISAL del Dipartimento di Prevenzione Azienda ULSS 10 "Veneto Orientale"** e il **Dott. Massimo Peruzzo, Tecnico della Prevenzione del Servizio SPISAL Dipartimento di Prevenzione Azienda ULSS 22 di Bussolengo**, che hanno presentato il ruolo delle istituzioni nell'applicazione della normativa e illustrato il punto di vista degli organi ispettivi.

Il **Dott. Michele Checchin, Direttore tecnico del Centro R.E.A.Ch. Veneto**, ha evidenziato le maggiori criticità per il comparto nella gestione del Regolamento, sottolineando come "La gestione del R.E.A.Ch., in azienda, sia un problema per buona parte di tipo organizzativo" e di quanto il Centro R.E.A.Ch. Veneto abbia assistito, a più livelli, molte imprese appartenenti a vari settori industriali nella gestione della complessità del R.E.A.Ch.

La parola anche alle aziende con le testimonianze dell'**Ing. Modena** e dell'**Ing. Lavarini** di **TI.BEL SPA, gruppo Calzedonia**, che hanno descritto sinteticamente come sono riusciti a gestire in modo semplice ed efficace tutti gli adempimenti del Regolamento in questione.

Trasporto merci pericolose.

Un nuovo servizio ad hoc, sul tema del trasporto merci pericolose ADR: una consulenza a 360° su obblighi normativi e aspetti operativi.

Negli ultimi mesi, decine di aziende hanno scelto **Confindustria Verona come partner per la gestione delle merci pericolose e dei rifiuti pericolosi in ADR**. Il nuovo servizio ha interessato sia le imprese a digiuno della problematica ADR, sia le imprese già coinvolte in questa complessa normativa. La competenza e l'esperienza offerte, hanno permesso alle aziende di:



AFFINARE

le proprie procedure ADR.



FORMARE

il proprio personale secondo la legge.



RIDURRE

i costi di trasporto.



COORDINARSI

meglio con i propri consulenti.

GLI STEP DI ATTIVAZIONE

 Primo sopralluogo e relazione scritta a titolo gratuito.

 Attivazione (eventuale, a totale discrezione dell'azienda) del servizio a ticket, per dar seguito alle rilevazioni evidenziate nella relazione.

Per informazioni:

Ufficio Trasporti di Confindustria Verona

(045 8099457, trasporti@confindustria.vr.it).

IL SERVIZIO PREVEDE:

- Incontro in azienda con gli addetti alle merci pericolose e verifica della loro formazione;
- Verifica della presenza di merci pericolose in entrata/uscita;
- Verifica pericolosità ai fini ADR dei rifiuti prodotti;
- Analisi delle procedure seguite;
- Sopralluogo nello stabilimento per verifica visiva e controllo delle etichette di pericolo e degli imballaggi;
- Verifica dei documenti di trasporto e regolarità dei mezzi adottati, della documentazione e dell'attrezzatura necessaria a bordo (trasporti per conto terzi e in conto proprio);
- Relazione scritta sugli esiti delle rilevazioni;
- Verifica dell'eventuale obbligo di nomina del consulente per la sicurezza ai sensi del D.Lgs. 35/2010 e applicazione delle deroghe;
- Eventuale nomina del consulente per la sicurezza.

LE CONDIZIONI ECONOMICHE

Le aziende associate a Confindustria Verona potranno usufruire di uno sconto pari al 10% sul corrispettivo per il servizio di consulenza e per quello di nomina di consulente per la sicurezza.



Calzature Frau.

Innovare per passione.

Una famiglia che, da generazioni, firma un prodotto in grado di coniugare nel tempo tradizione, design e nuove tecnologie. E che oggi si rinnova, con tanti nuovi progetti e l'entusiasmo di nuove sfide.

Questo è il mondo Frau che ci ha raccontato, aprendoci le porte dell'azienda, la sua presidente Gabriella d'Arcano.

Dottoressa d'Arcano, le radici dell'azienda si intrecciano con la storia della sua famiglia. Ci racconta come nasce Frau?

Siamo nel **1952** a Torino, mio nonno Rodolfo ha un ingrosso di calzature e non riesce a soddisfare la domanda di pantofole, così decide di affidare a suo figlio Renzo, mio padre, il compito di produrle. Renzo d'Arcano fonda Frau ed ha un unico cliente, suo padre. Ben presto diventa fornitore della catena Upim e di un grande magazzino svedese. Le commesse aumentano, l'azienda assume nuovi dipendenti, li forma, ma perde parte del personale che, attratto dalla grande Fiat, lascia il calzaturificio.

I Numeri di un Successo:

211	Dipendenti, con un'alta percentuale femminile.	2	Sedi: San Giovanni Ilarione, Montecchia di Crosara.
3.500 3.700	Paia di scarpe prodotte al giorno.	900 mila	Paia di scarpe prodotte all'anno.
12	Negozi Monomarca. (diretti e concessionari)	1.200	Punti Vendita.

Da un suo fornitore di pellame della zona di Arzignano mio padre viene a sapere che in provincia di Verona si vive di agricoltura e che le persone sono costrette ad emigrare, così nel **1966** chiude lo stabilimento di Torino ed approda a S. Giovanni Ilarione. Da questo momento Frau punta ad una distribuzione tramite grossisti, inizia a produrre anche calzature, oltre alle pantofole. Arrivano i compratori tedeschi, grandi catene commerciali e qualche calzaturificio, ma ad ogni stagione comprano meno e chiedono maggiori sconti.

Nel **1974**, quindi, Renzo d'Arcano decide di abbandonare l'export e di rafforzare il proprio marchio e nella seconda metà degli anni '70 Frau si propone come fornitore di scarpe casual da uomo, cogliendo la nuova tendenza di moda anglosassone, il modello "desert boot". Nel 1977 entra in attività un nuovo stabilimento a Montecchia di Crosara che, per 3 anni, produrrà un solo modello: proprio "il desert boot".

I **primi anni '80** sono quelli segnati dalla crisi petrolifera, i consumi calano e mio padre reagisce ampliando le collezioni ed introducendo i primi modelli donna. Riesce a cogliere anche segnali di debolezza nel rapporto con il canale dei grossisti e decide di andare direttamente al dettaglio, una rivoluzione che si completerà in sei, sette anni.

Arrivano gli **anni 2000**. Il mercato è in continua evoluzione, emerge l'importanza del dialogo diretto col consumatore per far conoscere meglio l'azienda e per capire in anticipo le esigenze dei clienti. E' questo il momento per mio padre per aprire il primo negozio monomarca.

Oggi i monomarca sono diventati 12, tra diretti e concessionari. Inoltre, in questa stagione autunno/inverno 2013, abbiamo organizzato una cinquantina di nuovi consumer direct point inseriti in negozi plurimarca, situati in posizioni strategiche.



“Siamo fortemente convinti che anche un prodotto artigianale come la scarpa possa esprimere un contenuto tecnologico sia nella costruzione che nei materiali.”

Gabriella d'Arcano

Dagli anni '50 della fondazione dunque il brand ha attraversato molti cambiamenti. Com'è l'azienda oggi?

Dal 2012 l'azienda ha 2 linee. La **linea FRAU VERONA** che rappresenta una calzatura "casual urban" trendy nello stile, nei materiali e nei colori e la **FX FRAU**, che identifica una calzatura casual sportswear dall'alto contenuto tecnologico. Siamo fortemente convinti che anche un prodotto artigianale come la scarpa possa esprimere un contenuto tecnologico sia nella costruzione che nei materiali. Da questa stagione a/i 2013 abbiamo introdotto una collezione accessori, borse, cinture, portafogli, rigorosamente **Made in Italy**, che arricchisce la nostra offerta e completa la nostra immagine.

Qual è la vostra filosofia?

Oggi Frau vuole continuare ad offrire una scarpa casual comoda, ma con contenuto moda.

La nostra attenzione va alla cura del prodotto, all'ottimo rapporto qualità-prezzo, al servizio del cliente. In primo luogo crediamo che il Made in Italy, che ci ha sempre contraddistinti, sia un nostro punto di forza, sinonimo tangibile di qualità e stile.

Quali sono le novità per la prossima stagione?

Siamo orgogliosi di un nuovo entusiasmante progetto al quale stiamo lavorando che arriverà sul mercato nella **primavera 2014**: si tratta di **FRAU JUNIOR**, una collezione di calzature per i bimbi dai 4 ai 12 anni. Dopo 33 anni abbiamo deciso di tornare al bambino perchè il Made in Italy, ovvero la garanzia della filiera dei materiali e le lavorazioni utilizzate, in questo segmento di mercato, è quasi inesistente. L'attenzione che useremo nei materiali e nella costruzione di queste calzature sarà perciò ancora maggiore. Abbiamo presentato solo pochi modelli, ma considerata la più che positiva accoglienza, stiamo preparando una piccola collezione per il prossimo inverno.

Nel 2013 Frau ha voluto rinnovare l'immagine con un totale restyling del **sito aziendale frau.it** e ha agganciato la **comunicazione digitale** sui principali **social network**, con la presenza su Facebook e Twitter in particolare, per intercettare un consumatore più giovane e tecnologico, in linea con le nostre nuove collezioni.

Restyling d'immagine, nuovi progetti, un target che vuole intercettare un cliente più giovane. A quali mercati vi rivolgete?

La presenza di Frau sui mercati ci vede al 90% in Italia e al 10% all'estero: principalmente in Turchia, Grecia e Spagna. Ad oggi, siamo impegnati ad ottimizzare la distribuzione in Italia e ad aumentare il peso nei nostri mercati di riferimento all'estero. Stiamo raccogliendo i primi ordini sui mercati dell'est Europa.

Frau nel prossimo futuro. Quali sono i traguardi che si prefigge ancora di raggiungere?

Dopo alcune stagioni in calo la campagna vendita appena terminata registra un segno positivo, sia in Italia che all'estero, ed anche i primi segnali di sell out di questa stagione sono migliori dell'anno scorso. Credo che la sfida oggi sia guardare "oltre" come ha detto il nostro Presidente Giulio Pedrollo. Non farsi schiacciare dal peso della cattiva politica e della burocrazia italiana, ma cercare in noi la motivazione ed i punti di forza. Frau sta cercando di capitalizzare il proprio passato, raccogliendo le nuove sfide, rinnovandosi senza perdere la propria identità. Crediamo che la calzatura "made in Italy" abbia ancora tanto da dire!

“In primo luogo crediamo che il Made in Italy sia un nostro punto di forza, sinonimo tangibile di qualità e stile.”

Gabriella d'Arcano





Maxfone, la piazza virtuale che crea Trend.

I social network offrono nuovi strumenti di valutazione anche in tempo reale: sapere cosa si dice di noi e del nostro prodotto è un vantaggio competitivo per le strategie di sviluppo.

Sulla Rete oltre il 50% del traffico mobile viaggia su Facebook, il network che è diventato, insieme agli altri big dei social media quali Twitter, LinkedIn, Youtube e Google+, la nuova piazza virtuale dove si incontrano oltre un miliardo di utenti di tutto il mondo.

Negli Stati Uniti oltre il 90% delle aziende ha spostato il focus della propria comunicazione e la propria presenza sui social media dove, grazie a nuove competenze e abilità, è possibile scoprire i bisogni e le necessità del pubblico e anticipare le nuove tendenze del mercato.

È qui che entra in gioco Maxfone, la società veronese di ICT che ha seguito la comunicazione lungo tutta la sua evoluzione, fino all'analisi delle notizie e dei trend che viaggiano in Rete. Perché anche nel Nordest i nuovi modelli informativi sono ormai entrati prepotentemente nella vita delle aziende, influenzandone sia la strategia a lungo periodo che le azioni tattiche nel breve. Questo accade perché ci si rende conto che **la presenza sui nuovi media non è solo questione di immagine, ma è anche monitoraggio, misura, intelligence e analisi.**

Perché sapersi muovere in Rete oggi è così importante per le aziende?

Navigando su Internet un utente lascia in giro "briciole" di sé che rendono trasparente la propria identità digitale – ci spiega **Paolo Errico, fondatore di Maxfone** - Diventano sempre più visibili bisogni, necessità, abitudini, interessi, relazioni... un insieme di comportamenti che è possibile leggere e usare. La stessa cosa vale per le aziende e i loro clienti: come siamo visti dalla Rete? chi sta parlando di noi? Ne parlano bene o male? Abbiamo una buona reputazione? Come dobbiamo intervenire? In un giorno Google indicizza (cioè "vede", analizza e archivia) oltre 20 miliardi



Paolo Errico, Fondatore di Maxfone.

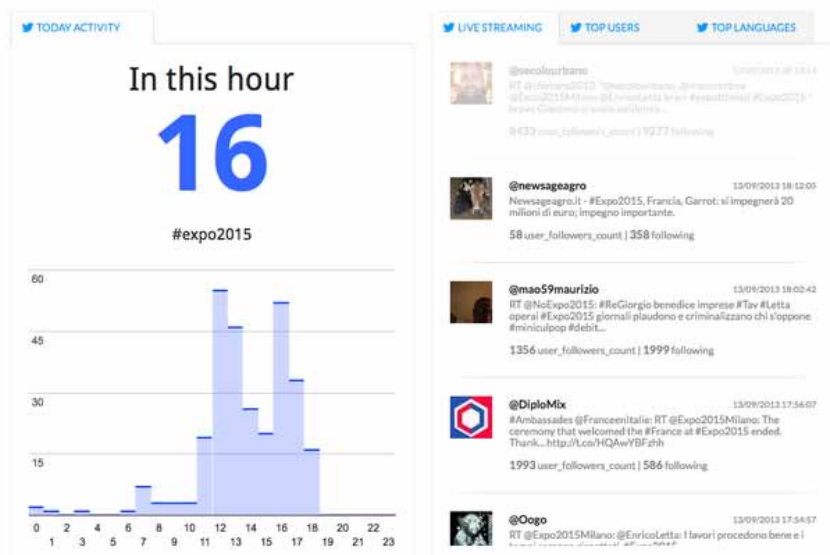


Social Meter by Maxfone

Hashtag live: #expo2015

Started on: 31/07/2013

Total tweets: 3592



Monitoraggio live SocialMeter #expo2015

di pagine che utilizza per gestire oltre tre miliardi di ricerche con algoritmi avanzati, come gli ultimi Panda, Colibrì, Pinguino, che cambiano di continuo le regole del gioco: per le aziende è una rincorsa infinita. Un tempo bastava inserire nel sito le parole chiave giuste per scalare le graduatorie di Google, mentre ora la Rete premia chi genera e condivide contenuti interessanti. Questo ci carica di un impegno inedito: siamo i primi responsabili della nostra reputazione web.

Quindi basta darsi da fare sui social network e farsi vedere, per migliorare la propria immagine e incrementare il fatturato...

Non è così semplice: prima di tutto bisogna scegliere se restare ancorati a una strategia tradizionale oppure diventare i protagonisti del cambiamento. Non si tratta di un percorso solo tecnico, anzi. Nulla di tutto questo può essere fatto senza seguire i solidi principi del management: strategia, pianificazione e controllo.

L'accesso alla Rete non è un'attività fai-da-te, servono dei professionisti, dei tutor che vi trasferiscano competenze e abilità per rendervi autonomi nel comunicare in Rete. Il passaggio successivo è diventare degli esperti senza però perdere il contatto con la voce interiore dell'azienda, con la passione e le emozioni: si sviluppano così una seria strategia e la sua pianificazione, che deve contenere spazi di monitoraggio, misura e analisi. Il risultato, se non è assicurato, è senz'altro a portata di mano: negli ultimi anni le Pmi più attive on line hanno aumentato i propri ricavi, mentre quelle off line li hanno visti calare. Farsi notare è sempre stato necessario, ma farlo oggi, e farlo bene anche sul web, è indispensabile.

Ma come si fa a capire se tutto il lavoro che si sta facendo serve a qualcosa?

Va detto che la comunicazione in Rete non serve soltanto ad accrescere la notorietà dell'azienda, ma anche la sua reputazione. Dopo solo pochi mesi di attività si possono avere a disposizione molti dati e importanti elementi di valutazione, da imparare a leggere e ad analizzare: grafici, tabelle e indici che daranno un riscontro pratico per le attività di informazione che e per organizzare quelle in programma. In definitiva, per migliorare l'efficienza dell'azienda rispetto ai "nuovi strumenti".

“Ora la Rete premia chi genera e condivide contenuti interessanti. Questo ci carica di un impegno inedito: siamo i primi responsabili della nostra reputazione web.”

Paolo Errico

In pratica in che cosa consistono queste attività di monitoraggio e analisi? Ci può fare qualche esempio?

Le azioni da svolgere sono molte e non legate solo alle esigenze di marketing o comunicazione: durante la crisi dell'aviazione abbiamo monitorato in real time (goo.gl/zf5x4f) per due importanti buyer della GDO tutti i dialoghi su Twitter e Facebook, fornendo elementi valutativi sulla crescita esponenziale del tema in rete, molto vicino al "sentiment", la visione, delle persone.

Durante l'ultima assemblea di Confindustria Verona (goo.gl/mNptai) abbiamo analizzato tutte le interazioni tra la sala e la Rete che esprimevano via Twitter le opinioni sui contenuti e i partecipanti. Ma di certo è nel marketing e comunicazione che queste capacità e strumenti d'analisi comportamentale danno il meglio di sé, fornendo principi di valutazione sul posizionamento della propria azienda, su quello dei competitor e sulla scelta di trend e correnti di pensiero su cui sviluppare le proprie nuove strategia comunicative.



Monitoraggio in tempo reale dei flussi sui diversi media.

“L'accesso alla Rete non è un'attività fai-da-te, servono dei professionisti, dei tutor che vi trasferiscano competenze e abilità per rendervi autonomi nel comunicare in Rete.”

Paolo Errico





La ricetta del successo

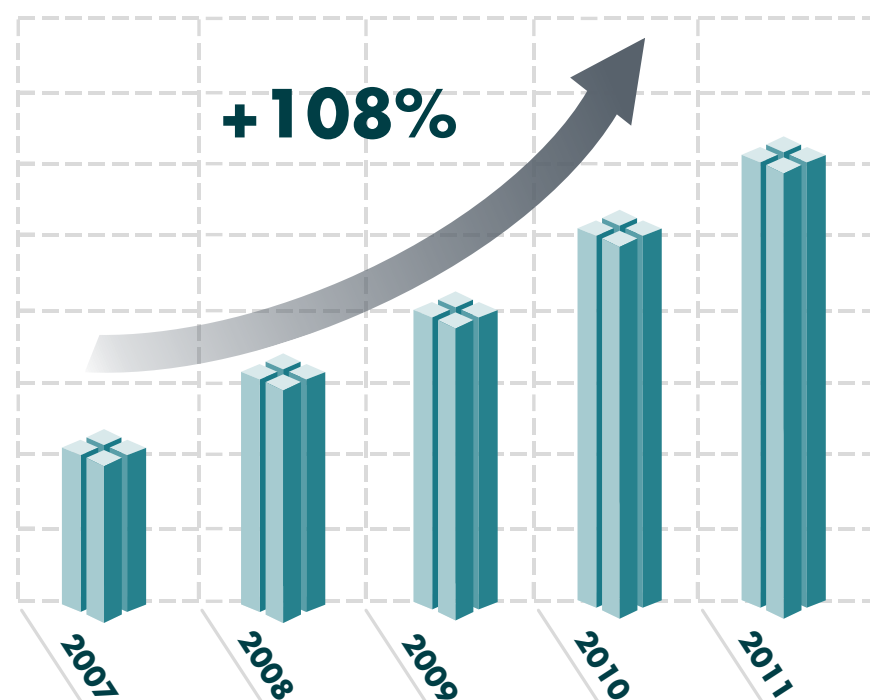
Fazion: l'amore per la pasta.

Sono i primi anni 70. I giovani fratelli Patrizio e Dorian Fazion, vent'anni, condividono lo stesso amore per la musica, l'arte e le cose buone della vita.

Decidono, perciò, di fondare un piccolo laboratorio artigianale per la produzione di pasta fresca all'uovo, lavorata con metodi tradizionali, a Casaleone, nella pianura veronese.

Così ha inizio la storia imprenditoriale della **famiglia Fazion**. I due fratelli si dedicano intensamente alla nuova attività di pastai, raggiungendo presto grandi traguardi. La pasta firmata Fazion dimostra di essere un mix equilibrato tra arte e autenticità, apprezzata tanto da piccoli intenditori quanto dai grandi ristoratori.

L'intuito imprenditoriale li porta, pochi anni dopo, a progettare e realizzare **la prima macchina automatica per la produzione di lasagne**, destinate a diventare il core business dell'azienda. La nuova esclusiva lavorazione permette alla sfoglia di



Tradizione e materia prima, ma anche tecnologia e sviluppo: sono questi gli investimenti che hanno permesso all'azienda una escalation continua, negli ultimi anni, in termini di produzione e fatturato.



mantenere intatta la propria corposità e le caratteristiche organolettiche degli ingredienti. Il nuovo prodotto, proveniente da un'accurata selezione delle materie prime e lavorato con moderne tecnologie di produzione e un costante standard qualitativo, viene proposto ai più importanti marchi e alle società nazionali che lo accolgono con grande favore. Presto l'azienda conquista **il primato mondiale nella produzione di lasagne**.

Nel **1992** i fratelli Fazion **ampliano la gamma** dei prodotti realizzando anche i classici formati di pasta corta e lunga, trasformando nel **1993** l'azienda familiare nel **Pastificio Fazion S.p.a.** che, oggi, produce pasta per i marchi e per **le più rinomate catene di distribuzione mondiali**. La storia continua con i figli di Patrizio: Larry e Marco. Il primo, con la passione per la cucina, diventa cuoco, mentre **Marco** affianca sin da giovanissimo lo zio Dorianò nel reparto produttivo del pastificio, interessandosi anche all'aspetto commerciale. Oggi, a trentuno anni, dopo gli studi economici e un'esperienza nella filiale inglese, Marco si occupa dell'aspetto commerciale e del settore produttivo, tecnico e logistico dell'azienda.

Marco, come fanno a convivere nei vostri prodotti tradizione e innovazione?

La tradizione rimane legata alla scelta della materia prima, che ha da sempre caratteristiche di grande qualità. L'idea di caratterizzarci per la ricerca di un prodotto di qualità ci ha consentito di crescere anche in questo momento, quando il consumatore ricerca il prezzo migliore. Innovazione è il passo successivo, e fa rima con tecnologia e sviluppo. I continui investimenti in questa direzione sono alcuni dei fattori chiave che hanno portato, nel 2003, all'ampliamento dello stabilimento nell'ambito di un progetto che prevede un'ulteriore espansione nel corso dei prossimi anni.



Ci fa qualche esempio di innovazione in azienda negli ultimi anni?

Sono molti. A partire dallo **sviluppo di un sistema di tracciabilità della merce on line**, che consente al cliente, e soprattutto alle grandi catene di distribuzione estere, di effettuare le verifiche sul prodotto in qualsiasi momento. E ancora, ad esempio, **una nuova linea di pasta senza glutine** per quei marchi che hanno già una gamma prodotti per celiaci, che arriva sul mercato dopo un anno e mezzo di sperimentazione.

“Innovazione è il passo successivo, e fa rima con tecnologia e sviluppo.”

Marco Fazion



Marco Fazion,
Pastificio Fazion Spa

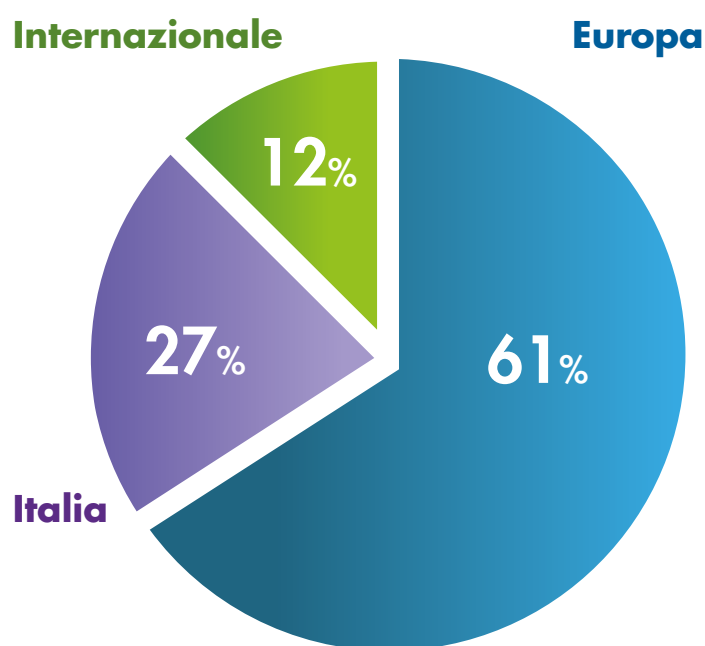


Com'è cresciuta ad oggi l'azienda?

Oggi abbiamo un organico di **circa 90 dipendenti**, molti di questi lavorano qui da tempo, e con loro si è creato un ottimo rapporto sia a livello lavorativo che personale. Negli anni i nostri dipendenti sono stati sempre più responsabilizzati nel lavoro quotidiano rispetto al cliente finale, anche per garantire la sicurezza alimentare e la qualità del prodotto.

La qualità è sempre stata il nostro obiettivo, ci abbiamo lavorato molto e abbiamo ottenuto numerose certificazioni internazionali. Nonostante la crescita, comunque, i valori aziendali sono rimasti quelli tradizionali.

Le quote di mercato Fazion



L'export è uno degli ingredienti del successo Fazion. Grazie ad una percentuale di esportazione europea pari al 61%, nel 2013 l'azienda ha incentivato il proprio fatturato nonostante la difficile congiuntura economica.

La crescita del 2013



“La qualità è sempre stata il nostro obiettivo, ci abbiamo lavorato molto e abbiamo ottenuto numerose certificazioni internazionali.”

Marco Fazion

Mercato interno o export: oggi su che cosa puntare?

Per noi è stato determinante un processo di internazionalizzazione. Esportiamo i nostri prodotti nelle grandi catene di distribuzione, nei pastifici e nei supermercati in **Europa e nei principali Paesi del mondo** e abbiamo **un peso importante in Sudamerica**. La Spagna è il terzo nostro mercato di riferimento. Il mercato italiano rappresenta una quota relativamente ridotta perché abbiamo preferito internazionalizzare, piuttosto che entrare in competizione con i pastai locali. E la scelta si è rivelata vincente, considerato il fatto che oggi non risentiamo della congiuntura economica sfavorevole del nostro Paese. **Nel 2013 siamo cresciuti del 6,2% in termini di chili di prodotto** rispetto all'anno precedente e **dell'8% in termini di fatturato**.

Di questi tempi, davvero, una soddisfazione.

Quali sono, quindi, le leve del vostro successo?

Principalmente sono tre: qualità, tradizione e innovazione. La nostra azienda, che a fine anno festeggerà i vent'anni di vita, ha avuto un processo di innovazione costante che ci permette oggi di commercializzare prodotti che dosano sapientemente ingredienti di qualità, nel rispetto della tradizione, sono apprezzati in tutto il mondo.



Clab Comunicazione e l'arte di comunicare.

L'agenzia di Comunicazione Veronese firma con l'Ateneo scaligero un nuovo progetto di comunicazione rivolto al mondo dell'imprenditoria.

Hanno vinto **premi nazionali ed internazionali** per l'originalità delle etichette di vino, per l'emozionalità tecnologica del visual mapping e il loro più recente spot, dal taglio cinematografico, nato per promuovere una campagna sociale, vede come protagonista uno degli autori e attori più amati, Carlo Verdone. Lo spot è andato in onda sui principali network televisivi e radiofonici.

L'**arancione** è il loro colore, simbolo dell'energia, della creatività artistica, della fiducia in se stessi e negli altri. Tutto questo è **Clab Comunicazione**, un **laboratorio strategico per la comunicazione d'impresa** fondato a Verona da **Gianluca e Patrizia Adami, Nicola Tomelleri e Alberto Conti**. "Il nostro ruolo consiste nel provocare colpi di fulmine e intense passioni." confessano con un sorriso i quattro creativi dello studio di via Roveggia 132

che guidano un team di otto giovani professionisti. **Ragione, sentimento e un'attrazione costante nei confronti dell'innovazione.**



Spot realizzato per il lancio dell'XI Campagna Nazionale per la Ricerca sulla Fibrosi cistica. Testimonial Carlo Verdone.

Non a caso, l'Università di Verona ha individuato in quest'agenzia un centro per un **dialogo con il tessuto imprenditoriale**, un interlocutore privilegiato con il quale creare uno scambio culturale dove il **sapere scientifico dell'Università incontra la cultura dell'agenzia di comunicazione**. Di qui, un nuovo progetto. **Clab** e **Cueim** (Consorzio Universitario di Economia Industriale e Manageriale) firmano, infatti, il Servizio Periscopio: una newsletter che veicola periodicamente nuove idee e nuove teorie sul marketing e la comunicazione, facendo una selezione dei migliori articoli pubblicati su riviste scientifiche internazionali. La ricerca è a cura del **prof. Federico Brunetti**, docente di Economia e Gestione delle Imprese dell'Università di Verona, e le news sono sintetizzate e scritte per essere subito fruibili.



"In un momento di grande complessità come quello in cui stiamo vivendo, **siamo convinti che la conoscenza generi maggiore consapevolezza e lo scambio di pensieri inediti stimoli nuove azioni**, che si trasformano in nuove opportunità. E noi crediamo che il futuro sia nelle mani di chi conosce e si aggiorna. La missione di Clab è creare e valorizzare la personalità di un marchio per **distinguersi dai competitors e rendersi sempre più visibili sul mercato, in modo coerente ai propri valori**. Molte aziende hanno un prodotto e un servizio forte, magari sono leader, ma non hanno mai espresso con coerenza quello che sono. Negli anni, grazie all'esperienza maturata, abbiamo affinato un metodo che consente alle aziende che si rivolgono a noi di avere una visione più nitida di sé, riuscendo così ad esprimersi

“Il nostro ruolo consiste nel provocare colpi di fulmine e intense passioni.”

I fondatori di Clab Comunicazione



I fondatori della Clab Comunicazione:
Gianluca Adami, Alberto Conti, Patrizia Adami e Nicola Tomelleri

in tutti gli ambiti in modo più efficace. **Sviluppiamo per ciascun cliente una creatività che sia nel contempo originale e coerente, stimolando la definizione di uno stile** che sappia sempre generare significati” spiega **Gianluca Adami, strategic planner di Clab**.

“crediamo che il futuro sia nelle mani di chi conosce e si aggiorna.”

Gianluca Adami

“Chi governa un'impresa possiede, quasi sempre, delle doti e spesso ha intuizioni innovative che, però, devono trovare un metodo, sostegno, forza ed energia. Tutti elementi che vanno calibrati con sapienza. Spesso nella comunicazione si danno per scontate moltissime cose, si lavora per cliché perché è meno dispendioso e non richiede particolare aggiornamento nelle competenze. In Clab, al contrario, c'è entusiasmo e tutto quello che si fa, lo si fa con amore.

Questo è un tema che mi è molto caro e sul quale insisto spesso durante i miei incontri con gli studenti che si stanno specializzando – aggiunge **Patrizia Adami, responsabile ufficio stampa e organizzazione eventi e testimonial del Corso di Perfezionamento universitario “Event Management 3.0”**, promosso dal dipartimento di Economia Aziendale dell'Università di Verona – Abbiamo voglia di sperimentare e produrre idee nuove.”

L'ultima loro sfida guarda ad Oriente. “Tante aziende hanno già raggiunto con i loro prodotti i mercati asiatici ma molte non ne conoscono ancora le caratteristiche - conclude Gianluca Adami - Ora **stiamo predisponendo una struttura di supporto ad Hong Kong**, per poter guidare con coerenza le

“ *Chi governa un'impresa possiede, quasi sempre, delle doti, e spesso ha intuizioni innovative che, però, devono trovare un metodo.* ”

Patrizia Adami



Visual Mapping progettato da Clab Comunicazione per Imaformi.

aziende italiane che intendono promuovere iniziative promozionali sul quel territorio, affinché possano disporre non solo di una rete di agenti ma anche di piani di comunicazione strategica mirata”.





FDE: crescere in tempi di crisi grazie alla diversificazione.

Intervista ad Elvio Fochesato, Fde Spa, azienda leader nella realizzazione e costruzione di scambiatori di calore.

Siamo a Cologna Veneta, patria del celeberrimo Mandorlato, terra notoriamente vocata ad agricoltura e allevamento che ha dato i natali a molti imprenditori eccellenti, genuini e tenaci come queste terre. E' qui, nella sua azienda, che incontriamo Elvio Fochesato fondatore assieme al fratello Gianni e a Roberto Dovigo di Fde Spa.

Signor Fochesato, com'è cominciata questa avventura?

Dopo il diploma e una breve esperienza in azienda da dipendente, ho capito che cosa volevo fare da grande. Così, ho iniziato la mia carriera nelle vendite come agente di commercio nel settore termotecnico. Viaggiavo molto, ho avuto l'opportunità di studiare il settore, conoscere i competitor internazionali, costruire un mio percorso di crescita, togliendomi molte soddisfazioni. Nel frattempo guardavo con curiosità alle problematiche delle maggiori imprese europee del

settore, notando che le maggiori difficoltà riguardavano gli scambiatori di calore.

Nel **1995** la svolta. Con mio fratello e Roberto decidiamo di avviare un'attività tutta nostra. Apriamo quindi un **piccolo laboratorio di 500 mq** nel centro del paese per la produzione di serpentine in acciaio carbonio. Già l'anno successivo costruiamo il **primo stabilimento**, con una superficie di **2300 mq**. Gli affari vanno bene e grazie alla continua richiesta dei nostri prodotti, nel 1997 viene inaugurato il secondo stabilimento di 2750 mq e iniziamo, da quel momento, a produrre anche serpentine in acciaio inox.

Nel **2003** nasce l'attuale società, dove confluisce tutta la rete commerciale ed il know how tecnico. Attualmente, abbiamo a disposizione **un'area di 32.000 mq**, di cui 16.000 mq al coperto. Ma non



abbiamo voluto fermarci qui. Abbiamo inaugurato un settore che produce raccorderia varia, con un notevole investimento in macchinari e personale specializzato per soddisfare le esigenze del mercato.

Nel **2010 FDE Solar**, che si occupa con partner specializzati della realizzazione di pannelli solari termici per il riscaldamento dell'acqua sanitaria. Questi anni sono di forte cambiamento perché abbiamo capito che per noi, crescere, significa diversificare. Nonostante la situazione economica del sistema sia radicalmente cambiata dai primi anni '90, decidiamo di proseguire negli investimenti ed è così che nel **2012** viene introdotta la produzione di impianti ambientali avanzati.

Una storia tutta in ascesa, con tante attività parallele ma anche molto differenti tra loro, a livello tecnologico ed imprenditoriale. Perché diversificare in questo modo?

Volevamo proporre un **pacchetto completo** ai

nostri clienti. Con **FDE Solar**, ad esempio, abbiamo centrato appieno l'obiettivo, riuscendo a garantire un **unico fornitore affidabile per più prodotti**. Inoltre, con i macchinari d'avanguardia e prodotti di qualità abbiamo ampliato tutto il nostro mercato di riferimento, **esportando anche in USA e Sud America, oltre che in Europa**. Continuando solo con l'attività di produzione delle serpentine, avremmo avuto difficoltà ad espanderci sul mercato. Per questo abbiamo deciso di intraprendere nuove sfide in altri settori ad alto potenziale di sviluppo futuro, che permettano un'espansione aziendale non solo sotto il profilo economico ma anche nell'aspetto tecnologico e di cultura d'impresa.

Una scelta intelligente e coraggiosa che vi ha portato a crescere soprattutto all'estero. Quali sono quindi, ad oggi, i vostri mercati principali?

Esportiamo principalmente in Europa. Germania e Francia in primis, a seguire Inghilterra e Belgio, oltre che, appunto, gli Stati Uniti e il Sud America.

Quali sono le problematiche più importanti che dovete affrontare oggi?

Le nostre società sono in salute e continuano a crescere. Gli ordini sono in continuo aumento. Il sogno sarebbe quello di vedere nuovamente il raddoppio del fatturato ogni anno, come accadeva i primi anni dell'attività. Ma il sistema non lo permette più, è profondamente

“Penso a mio figlio che lavora con me, non è facile, oggi, essere imprenditore. Il sistema non lo permette più.”

Elvio Fochesato

Penso ai nostri figli che cominciano a lavorare con noi, non è facile, oggi, essere imprenditore. Con uno Stato che non è sufficientemente al fianco delle imprese, una burocrazia lentissima e macchinosa, una tassazione che impedisce la crescita e un sistema finanziario che, oggi, esagerando dalla parte opposta, non crede più nell'imprenditore.

Ci racconta le vostre ultime sfide?

Principalmente due. **Nel corso del 2013 lanceremo sul mercato due nuovi impianti fortemente innovativi.** Da un lato, un processo di completamento degli attuali sistemi di biogas/biomasse, attraverso cui ottenere la gassificazione da deiezioni animali sia bovine che avicole, dall'altro un rivoluzionario sistema di pirolisi denominato "Poly2Oli", attraverso cui si riesce ad ottenere, dalle materie plastiche di scarto, un liquido con le caratteristiche adatte ad alimentare un motore Diesel. **Nuove tecnologie capaci di coniugare economia e ambiente.** La prima tipologia di impianto è nata grazie all'alleanza con **Savino Sartori** ed il suo staff tecnico e ora alla forte collaborazione con le **Società del GRUPPO SRS**, con le loro strutture in Piemonte, Emilia Romagna, Lazio e Campania, leader nei settori dell'ingegneria e della ricerca e sviluppo, attive in numerosi settori ad altissimo contenuto tecnologico.

“Il nostro obiettivo è quello di divenire un punto di riferimento nel panorama della filiera eco-business.”

Elvio Fochesato

Abbiamo acquisito un'esperienza di altissimo livello nella progettazione e costruzione di impianti industriali di processo nei settori chimico, idraulico, termico e ambientale, con particolare riferimento al trattamento



di rifiuti liquidi con l'obiettivo di divenire un punto di riferimento nel panorama della filiera eco-business. Per ciò che riguarda "Poly2Oil" nell'immediato futuro, non solo rifiuto plastico, ma anche altre tipologie di rifiuti il cui smaltimento, oggi, è un costo per la società diventeranno, invece, una risorsa. Circa il 50% dei rifiuti conferiti in discarica è costituito da materie plastiche, prodotte con la parte più nobile del petrolio e quindi con una potenzialità energetica enorme. Trasformarle con un'efficienza elevata in un prodotto che può essere rimandato direttamente al consumo può rappresentare **un'ottima soluzione al problema della gestione dei rifiuti.** Anche la Comunità Europea e gli Stati Uniti stanno fornendo linee guida che vanno in questa direzione: **riciclo meccanico** laddove possibile e **recupero energetico** tramite termovalorizzazione o con processi simili a quello qui descritto. Però, mentre l'efficienza di un termovalorizzatore si aggira intorno al 15%, quella del processo che abbiamo sviluppato è nell'ordine dell'80-85%.

Tanti progetti innovativi e ad altissimo potenziale. Che cosa vede nel vostro futuro?

Con le attività del gruppo guardiamo fiduciosi al futuro, certi che l'attenzione per l'ambiente e la ricerca di soluzioni innovative ai problemi costituiscano un fattore di competitività e vantaggio a livello globale, favorendo così la continua creazione di prosperità ed occupazione sul territorio.



RISERIA CREMONESI
dal 1951

Riseria Cremonesi: la parola alla nuova generazione.

Tommaso Cremonesi, ventitré anni, figlio di una famiglia di imprenditori del riso, ci racconta la sua vita in azienda, le fasi del passaggio generazionale, le strategie per il futuro.

Un prodotto d'eccellenza della cucina veronese. La storia di una famiglia che ne ha fatto una tradizione. Questa è la ricetta del successo di La Riseria Cremonesi, l'azienda fondata nel 1951 da **Evelino Egidio Cremonesi**. Originario di Villimpenta e proveniente da una famiglia che, sin dagli anni venti, era presente nel comparto agroalimentare con un'attività molitoria, fa della lavorazione del riso il cuore della sua attività.

Nel **1956** trasferisce l'azienda a Bovolone, dove si trova tutt'ora. Negli **anni ottanta** il testimone passa ai due figli, **Paolo e Andrea**, che puntano su **innovazione tecnologica e sull'investimento nella qualità del prodotto**. Che azienda è diventata oggi? Quali cambiamenti ha affrontato? Ne parliamo con **Tommaso Cremonesi**, figlio primogenito di Paolo.

Tommaso, con i suoi ventitré anni è entrato

in azienda giovanissimo. Qual è la sua storia fino ad oggi?

Fin da bambino passavo molto tempo in azienda, mio nonno mi coinvolgeva sempre nelle attività, cercando di farmi respirare il più possibile il lavoro e la passione per la nostra riseria.

A nove anni mi portava con lui alla Borsa delle merci a Milano, una delle più importanti assieme a quelle di Mortara e di Vercelli, per seguire le quotazioni dei cereali.

Quando si è trattato di scegliere il mio percorso di studi non avevo ancora chiaro che cosa volevo fare da grande. Ho scelto l'Istituto Tecnico Agrario Marco Antonio Bentegodi di Buttapietra e, dopo il diploma, ho deciso di proseguire gli studi con il Corso di laurea in Economia e marketing nel sistema agro-industriale alla Facoltà di Agraria di Bologna.

Ora sto preparando la tesi sulle bioenergie nel mondo del riso.



Tommaso, Benedetta, Adele e Paolo Cremonesi all'ultima edizione di Anuga la fiera biennale dell'agroalimentare che si è tenuta dal 10 al 14 ottobre scorsi a Colonia.

Il passaggio generazionale è un tema che conosce bene, vivendolo in prima persona.

Da figlio di imprenditore, la maggiore difficoltà per me è proprio quella di confrontarmi con i modelli della mia famiglia, mio padre e prima di lui mio nonno, che hanno vissuto un altro tempo, condizioni economiche e politiche diverse, diverse opportunità.

A ventitré anni ho assunto una responsabilità in azienda affiancando mio zio Andrea negli acquisti della materia prima e frequentando i mediatori e i venditori della Borsa merci di Mortara, che hanno molta più esperienza di me. La carta vincente credo sia l'umiltà, la voglia di imparare, e sono convinto che questa mia generazione dovrà fare molti sacrifici e, alle volte, fare anche un passo indietro. Se guardo al futuro di questo Paese è difficile essere sempre positivi.

Torniamo alla sua attività. Il prodotto. E' cambiato il mercato risicolo dei produttori italiani in questi anni? Quali sono state le maggiori difficoltà?

Nel corso degli ultimi cinquant'anni gli agricoltori italiani sono sempre stati leader a livello europeo nell'esportazione del riso. Il cereale ha sempre dato

“A ventitré anni ho assunto una responsabilità in azienda, affiancando mio zio Andrea negli acquisti della materia prima...”

Tommaso Cremonesi

una buona redditività e per questo non c'è mai stata innovazione. Ma negli ultimi due anni sono avvenuti alcuni cambiamenti: in primo luogo, la perdita di competitività del prodotto dovuta anche ai tempi di cottura più lunghi rispetto alla pasta. E poi, con il calo dei consumi alimentari, gli agricoltori hanno calmierato il prezzo di vendita e sono calate le vendite. Nell'ultimo anno, si è verificato anche un problema meteorologico dovuto alla copiosa piovosità primaverile che non ha permesso di preparare i terreni in tempo per la coltivazione e la maturazione del cereale.

Con questo ritardo, una parte della produzione si trova oggi ancora nelle campagne, pur riscontrando un miglioramento della performance della materia prima.



E la sua azienda come si è posizionata sul mercato? Quali sono state le strategie per la crescita?

Sin dagli anni ottanta, grazie alla crescente richiesta del prodotto risicolo e alle forti possibilità di espansione all'estero, la riseria partecipa alle sue prime fiere di settore. Siamo presenti alle maggiori fiere e rassegne del settore, in particolare ANUGA che si tiene a Colonia ogni due anni, la Biennale a Parigi, la PLMA di Amsterdam che è la più importante fiera del marchio privato, CIBUS a Parma. Grazie all'impegno di persone di famiglia, collaboratori stretti e freelance, seguiamo accuratamente tutte le fasi dell'organizzazione.

L'export è diventato negli anni una leva sempre più importante. I mercati verso i quali l'azienda esporta quasi il 50% di riso, confezionato e anche sfuso, sono il nord America, da trent'anni il nostro primo mercato, l'Australia da quindici anni, i Paesi PECO, ovvero Europa Centrale e Orientale. Recentemente abbiamo avuto richieste da parte di Inghilterra e Polonia, e negli ultimi due anni dal Sudamerica, soprattutto Brasile e Argentina. La Polonia potrebbe diventare un mercato interessante. C'è però un problema alle barriere doganali causato dal programma Eba (Everything but arms) dell'Unione Europea, che concede ad alcuni Paesi in via di sviluppo di esportare senza pagare dazi doganali comportando, per contro, una perdita di competitività e prezzi non remunerativi per le imprese italiane. In futuro i dazi non saranno sempre così importanti a livello mondiale, la prospettiva di tutti i mercati sarà probabilmente un libero scambio. Questa, intanto, danneggia il comparto italiano perché il riso arriva dall'estero già lavorato, solo da confezionare, e intanto il consumatore europeo mangia il riso che proviene da Paesi esteri.

Qual è secondo lei la chiave di volta per il futuro?

In una parola: innovare. Il terreno della pianura veronese ci ha da sempre consentito di produrre un riso di pregio

“L'export è diventato negli anni una leva sempre più importante. [...] la prospettiva di tutti i mercati sarà probabilmente un libero scambio.”

Tommaso Cremonesi

che si presta particolarmente alla preparazione dei risotti. Stiamo cercando di innovare il prodotto proprio perché il mercato del riso non ha avuto cambiamenti negli anni, sia in Italia che all'estero. Abbiamo puntato sul prodotto e sulla qualità, proponendo un nuovo prodotto per un target molto attento alla salute e al benessere che mixa il riso all'orzo e al farro, dalla cottura rapida, e un packaging che richiami una dimensione rustica, artigianale e tradizionale, con le consuete caratteristiche di ottima qualità. Abbiamo studiato anche un nuovo packaging con un'atmosfera protettiva per aumentare la conservabilità del prodotto. Il prodotto si trova nelle grandi catene distributive con marchi diversi, sia privati che esteri, con un ottimo rapporto qualità-prezzo. La strada da percorrere credo sia proprio questa: qualità e innovazione.

“Abbiamo puntato sul prodotto e sulla qualità, proponendo un nuovo prodotto per un target molto attento alla salute e al benessere.”

Tommaso Cremonesi



Nuovi Associati.

Conosciamo alcune delle aziende che sono entrate in Confindustria Verona.



PLEION SRL

L'azienda opera nel settore delle energie rinnovabili. In particolare, produce e vende in Italia ed Europa collettori e sistemi solari termici per la produzione di acqua calda. Il catalogo prodotti comprende anche un'ampia gamma di bollitori di accumulo e di sistemi per riscaldamento radiante. Prodotti: Solare termico sottovuoto, Solare termico Piano, Bollitori per pompe di calore e solare termico, pompe di calore ad alta efficienza, sistemi di riscaldamento radiante.



VMEC ENERGY SRL

L'Azienda nasce nell'anno 2007 dall'unione di esperti del settore dell'efficientamento energetico a costo quasi zero. La mission è fornire ai clienti soluzioni complete per il riscaldamento, raffrescamento e produzione ACS senza l'utilizzo del GAS.



ARTECO srl

Società di progettazione integrale e di assistenza tecnica che opera principalmente nei settori dell'edilizia pubblica, con particolare esperienza per quella ospedaliera e scolastica, edilizia residenziale, turistica, commerciale, direzionale, industriale e per lo sport, dove vanta importanti progetti e realizzazioni. Il metodo progettuale, maturato in più di cinquant'anni di lavoro, coordina gli specialisti dei vari settori, architettura, ingegneria, impiantistica, programmazione e controllo costi, verifica degli obiettivi prestabiliti fino al raggiungimento della proposta tecnica e della costruzione.



BTC MEDICAL EUROPE SRL

L'azienda opera nella progettazione, produzione e commercializzazione di dispositivi medico-chirurgici, assistenza tecnica post-vendita e commercializzazione di strumentazioni diagnostico-terapeutiche elettromedicali.

News

Notizie in breve.



Andrea Riello



Buon compleanno Riello Sistemi!

Lo scorso **12 e 13 ottobre**, il gruppo **Riello Sistemi** ha festeggiato i **50 anni di attività**. La società che produce macchine utensili, fondata nel 1963 da Pilade Riello e guidata negli ultimi 25 anni dal figlio Andrea, ha voluto celebrare e rilanciare la passione e il coraggio di fare impresa allora nel 1963 ma, soprattutto, oggi nel 2013. Riello Sistemi fa parte di Riello Industries, la family company che Pilade Riello condivide con i figli Pierantonio, Andrea, Giuseppe e Nicola.

Due, i momenti salienti alla fabbrica di via Nazionale 10, a Minerbe: uno condiviso con i **300 collaboratori** che contribuiscono quotidianamente al raggiungimento dei successi dell'azienda, il secondo con i rappresentanti delle istituzioni, **oltre 100 clienti top** provenienti da tutto il mondo e i numerosi fornitori.

"Vogliamo condividere questo evento con i nostri collaboratori, in cinquant'anni di storia qui ne sono passati circa 600 - afferma **Andrea Riello, amministratore unico della Riello Sistemi** - i nostri clienti e i fornitori. Il significato di trovarsi e fare festa? Prima di tutto ricordare il coraggio, quello di mio padre Pilade che ha avviato qui a Minerbe nel 1963, su spinta di mio nonno Giuseppe, **un'attività di ricerca e produzione di macchine utensili tecnologicamente innovative**. Ma anche il coraggio che ci vuole in questo momento di difficile congiuntura economica a rimanere qui, a fare impresa senza delocalizzare. Qui abbiamo la nostra cultura e i nostri valori, che sono espressione di questo territorio e della nostra famiglia arrivata alla quarta generazione, e dove ognuno di noi fratelli ha intrapreso un'attività imprenditoriale, seguendo le orme di nostro padre e di nostro nonno. Qui c'è e rimarrà la nostra testa, anche se il grado di internazionalizzazione aumenta."



Luciano Barana, Simone Franceschetti e Angelo Formignani

Sostegno al credito per le associate: siglato un accordo con Banca Sella.

Sostenere le imprese del territorio aderenti a Confindustria Verona, attraverso **linee di fido a condizioni agevolate**, è l'obiettivo dell'accordo sottoscritto da **Confindustria Verona e Banca Sella**. I finanziamenti sono destinati ai **progetti di investimento per la crescita aziendale** attraverso l'**innovazione dei prodotti e dei processi**, attraverso **progetti di aggregazione aziendale volti al miglioramento della competitività**, o ancora attraverso l'**internazionalizzazione dell'impresa per la ricerca di nuovi mercati**. Tali iniziative verranno valutate sulla base di un business plan che dovrà dimostrare un efficace incremento della competitività aziendale, una volta realizzato il progetto stesso. "In questa fase, nella quale si intravede una ripresa" commenta **Luciano Barana, Presidente della Piccola Industria di Confindustria Verona** "è fondamentale che il sistema bancario sia al fianco delle piccole e medie imprese per permettere loro di sostenere progetti e investimenti. Per questo crediamo nell'accordo con Banca Sella e lavoreremo per far sì che le PMI nostre associate possano facilmente accedere a tutte queste opportunità." **Angelo Formignani, capo territorio Nord-Est di Banca Sella** ha aggiunto "Crediamo che l'economia di questo territorio stia dimostrando di avere buone qualità e ottime potenzialità per continuare a crescere e affermare la propria competitività. Questo accordo, che si aggiunge al ventaglio già ampio di soluzioni e offerte specifiche che mettiamo in campo per soddisfare le esigenze e le necessità dei nostri clienti, e delle imprese in particolare, vuole essere un nostro valido contributo in questa direzione".



Notizie in breve.



Giuseppe Maria Ricchiuto



I primi 40 anni di Specchiasol, sinonimo di salute e benessere.

Per celebrare i **40 anni di attività, Specchiasol**, azienda leader nel settore degli integratori alimentari e cosmetici, ha organizzato lo scorso **29 ottobre in Gran Guardia** una giornata dedicata alla scienza e alla medicina naturale, **un evento scientifico e formativo** che ha contato sulla presenza di importanti nomi della ricerca, esperti di medicina, salute e benessere.

Oggi **Specchiasol** collabora con i più prestigiosi istituti universitari, produce e distribuisce in tutto il mondo prodotti fitoterapici e cosmetici di altissima qualità seguendo tutta la filiera produttiva.

"Dal seme al prodotto. È un'immensa soddisfazione per me e per tutta la mia azienda confermare il nostro ruolo di promotori della cultura del benessere" ha dichiarato **Giuseppe Maria Ricchiuto, presidente e fondatore del Gruppo Specchiasol**. "Un mix perfetto tra natura, scienza e salute: è stato questo, in questi 40 anni, il segreto del nostro successo. Ed è questa la strada sulla quale dobbiamo procedere per affrontare le sfide che ci presenta il futuro".

SQL Saturday#257 sbarca a Verona con Trilance.



Si è tenuto il 9 Novembre presso le aule del Dipartimento Informatica dell'Università degli Studi di Verona, **SQL Saturday #257**, l'evento di riferimento in Italia dedicato ai **professionisti del settore informatico e specialisti del linguaggio SQL**, un linguaggio standardizzato per database. Nato negli USA nel 2007, l'evento **SQL Saturday è una giornata di formazione gratuita** articolata in un format ormai consolidato e di successo che ha luogo in contemporanea in diverse città e Paesi d'Europa e d'America. Dopo aver toccato diverse città italiane, SQL è sbarcato a Verona grazie a **Trilance**, la prima società italiana che nasce con l'obiettivo di produrre le migliori e più complete soluzioni software per il mercato libero dell'Energia Elettrica e del Gas. "Abbiamo fortemente voluto portare **SQL Saturday** a Verona – dichiara **Massimo Mostallino, co-fondatore di Trilance** – in particolare all'Università, per dare un segnale chiaro ai giovani della nostra città: nonostante la crisi e il pessimismo dilaganti, c'è ancora molto spazio per chi ha voglia di innovare e di mettersi in gioco". **Il Prof. Franco Fumi, Direttore del Dipartimento di Informatica dell'Università di Verona ha aggiunto:** "Iniziativa come questa sono fortemente volute dall'Ateneo, in quanto rappresentano un'importante occasione per migliorare l'efficacia delle relazioni tra il mondo delle imprese e quello dell'università. Da sempre, rivolgiamo particolare attenzione all'attività di collaborazione con le imprese su progetti concreti di ricaduta tecnologica e ricerca applicata, come mostrano le cinque spin-off costituite negli ultimi anni e i numerosi progetti in collaborazione con aziende. Ci auguriamo, quindi, che questa sia un'ulteriore occasione per potenziare questa attività." Gli eventi **SQL Saturday** italiani sono organizzati a cura delle associazioni **UGISS**, **1nn0va** e **Dotnet Marche**, in collaborazione con **Trilance**, **Università degli Studi di Verona**, **Università degli Studi di Ancona** e con il contributo e il sostegno di **SolidQ**, **Fusion-io**, **Microsoft**, **HP**, **IBM**, **Filippetti**, **DELL Software**, **Servizi CGN**, **HTML.it** e **PMI.it**, i media partners.

Notizie in breve.

Sicurezza ICT per le imprese e la PA al Clusit Security Summit



Alessio L.R. Pennasilico



Si è svolto a Verona lo scorso 3 ottobre il **quarto appuntamento dell'edizione 2013 di Security Summit**, evento dedicato alla **sicurezza delle informazioni, delle reti e dei sistemi informatici** organizzato da **Clusit**, la principale associazione italiana nel campo della sicurezza informatica. "Trovo fondamentale che realtà come Clusit portino anche nel Triveneto quei contenuti di qualità che si trovano principalmente solo a Milano e a Roma, a cui le aziende del nostro territorio, spesso anche molto grandi, faticano ad accedere" commenta **Alessio L. R. Pennasilico, Security Evangelist di Alba S.T.**

Scopo del convegno è stato quello di **analizzare le esigenze di sicurezza informatica delle imprese e delle pubbliche amministrazioni del Nord Est** con un'occasione di approfondimento, nel corso della tavola rotonda, a partire dai dati contenuti nel **Rapporto Clusit 2013** sulla situazione della sicurezza ICT in Italia. Nel nostro Paese, nel Nord Est nel caso specifico, mancano politiche di sicurezza informatica ed investimenti a livello statale e aziendale e questo comporta una notevole vulnerabilità dei sistemi informatici. **Bruno Giordano, Consigliere delegato all'Innovazione e Start up di Confindustria Verona** ha aggiunto "Nel territorio veronese il 90% delle imprese è medio-piccola e spinge sull'innovazione per battere la crisi ma molto spesso, proprio per una questione di dimensione, l'azienda non ha un responsabile della sicurezza, né tempo e risorse da dedicare a questa tematica, seppure in Associazione si cerchi di fornire tutte le informazioni necessarie".

Al confronto hanno partecipato inoltre **Tommaso Palumbo, Dirigente del Compartimento della Polizia Postale e delle Comunicazioni per il Veneto, Stefano Quintarelli, Parlamentare e Direttivo Clusit, Diego Mezzina, Responsabile IT Service Management Security in INSIEL e Giovanni Todaro, IBM Security Systems Leader.**

Export. Le opportunità per le imprese.



E' stato questo il tema trattato lo scorso 21 novembre, durante il **convegno organizzato da Banca Crediveneto** dal titolo **"Esportare oggi. Un'Importante opportunità di Business"** ospitato da Simem, leader mondiale di impianti per il calcestruzzo e l'ambiente, di Minerbe. La declinazione degli interventi ha sviluppato il tema secondo più angolazioni. Il **Direttore di Confindustria Rita Carisano** ha analizzato dati e posizionamento di mercato dell'export delle nostre imprese, mentre **Massimo Meliconi** e **Nazario Soccio**, rispettivamente **Responsabile estero** e **Specialista estero area Nord-Est di Iccrea Bancalmpresa**, hanno trattato le opportunità di business offerte dall'estero, con particolare attenzione agli strumenti. E' intervenuto anche **Pietro Petrucci**, Coordinatore ufficio Verona area Nord-Est del Gruppo Sace, che ha illustrato gli strumenti finanziari e la convenzione Sace a supporto delle aziende. Ha chiuso i lavori **Federico Furlani, Amministratore delegato di Simem e componente del Cda di Banca Crediveneto** presentando il case study della sua azienda, che ha commentato: "La capacità di innovazione è il petrolio dell'Italia che, però, può generare buoni frutti per il nostro Paese solo se gli oleodotti, ovvero l'internazionalizzazione delle nostre aziende, sono capaci di trasportare lontano le idee per esportarle o renderle replicabili nei principali mercati di sbocco. Le banche italiane devono finanziare questi "pipeline" ed aiutare le imprese del nostro territorio ad attraversare gli oceani e superare le barriere del mondo che sta crescendo contro l'agguerrita concorrenza internazionale. Solo così costruiremo lo sviluppo di cui tanto l'Italia ha bisogno oggi".

Notizie in breve.



Ettore Riello

Ettore Riello ai vertici del sistema fieristico europeo.

Un altro prestigioso riconoscimento per l'attività nazionale e internazionale di **Veronafiere**.

Il presidente **Ettore Riello** è stato nominato, per il **biennio 2013-2015**, **Vice Presidente di EMECA**, European Major Exhibition Centres Association, **l'Associazione che dal 1992 raggruppa i 20 principali poli espositivi e fieristici europei** (ad oggi: Basilea/Zurigo, Barcellona, Bologna, Bruxelles, Colonia, Francoforte, Ginevra, Hannover, Lisbona, Lione, Madrid, Milano, Mosca, Norimberga, Parigi, Rimini, Stoccarda, Utrecht, Valencia e Verona), **con lo scopo di far conoscere e promuovere le potenzialità del sistema fieristico come motore trainante dell'economia europea e mondiale.**

Afferma Riello: «Ringrazio tutti i soci della nomina. La fiducia accordata sarà per me ulteriore motivo di impegno, sia come Presidente di Veronafiere che di AEFI, per la valorizzazione del sistema fieristico nazionale nell'ambito del sistema internazionale.» E aggiunge "Considero una grande responsabilità, e motivo di orgoglio, poter dare il mio contributo a Emeca per il prossimo biennio, soprattutto in un contesto di mercato come quello attuale. E' mia intenzione portare avanti, con forza e determinazione, le attività e il lavoro realizzati fino ad oggi dai colleghi che mi hanno preceduto, per continuare supportare con decisione le imprese che investono nelle fiere, potenziando continuamente il nostro ruolo quale volano per la crescita".



VERONAFIERE



Obiettivo ripresa: in atto l'inversione di marcia.

Il piccolo colpo di coda della recessione nel terzo trimestre lascia intatte le prospettive di ripartenza dell'economia italiana: l'inversione di marcia è in atto, ma molti sono i possibili inciampi.

L'euro più forte dell'atteso, la minaccia di **deflazione** e la **restrizione del credito** appena attenuata dal parziale pagamento degli arretrati della PA, mettono a **rischio** le già modeste previsioni di crescita del 2014. La **legge di stabilità** presentata dal Governo fa **molto poco** per rimettere al centro l'industria e rilanciare lo sviluppo.

Dal passaggio parlamentare può perfino uscire **indebolita**, come ha correttamente sottolineato anche la **Commissione europea**, in quello che

dovrebbe essere uno dei **capisaldi della politica economica** per il Paese: **taglio del cuneo** fiscale a beneficio delle **imprese manifatturiere**, oltre che dei lavoratori.

Senza questa chiave di volta, è vano attendersi rapidi progressi nel ritmo di marcia del PIL e, quindi, nella **creazione di occupazione**, la quale **peggiora più in fretta** di quel che era temuto e che le statistiche provvisorie lasciavano intravedere.



Chi ha imboccato con più decisione la dura **strada delle riforme** (Irlanda, Portogallo, Spagna) sta raccogliendo i primi frutti.

Ciò non toglie il fatto che le **regole** di governo che l'**Euroarea** sta seguendo nel complesso siano **depressive**, perché il riequilibrio dei conti tra Paesi avviene ridimensionando l'import di chi è in deficit, più che aumentando quello di chi è in surplus, cioè ha un eccesso di risparmio.

La politica monetaria più aggressiva della **BCE** aiuta, ma non può essere risolutiva finché permane la frammentazione dei mercati bancari e **tassi** così diversi **pagati dalle imprese** dicono che la moneta unica non è di fatto tale. Per chiudere questo gap distruttivo è indispensabile procedere speditamente e compiutamente verso l'**unione bancaria**.

Dal resto del Mondo provengono segnali di rafforzamento della domanda, sostenuta dal traino degli **emergenti** e della prima economia, gli **USA**, grazie a un costo del denaro che rimarrà basso.

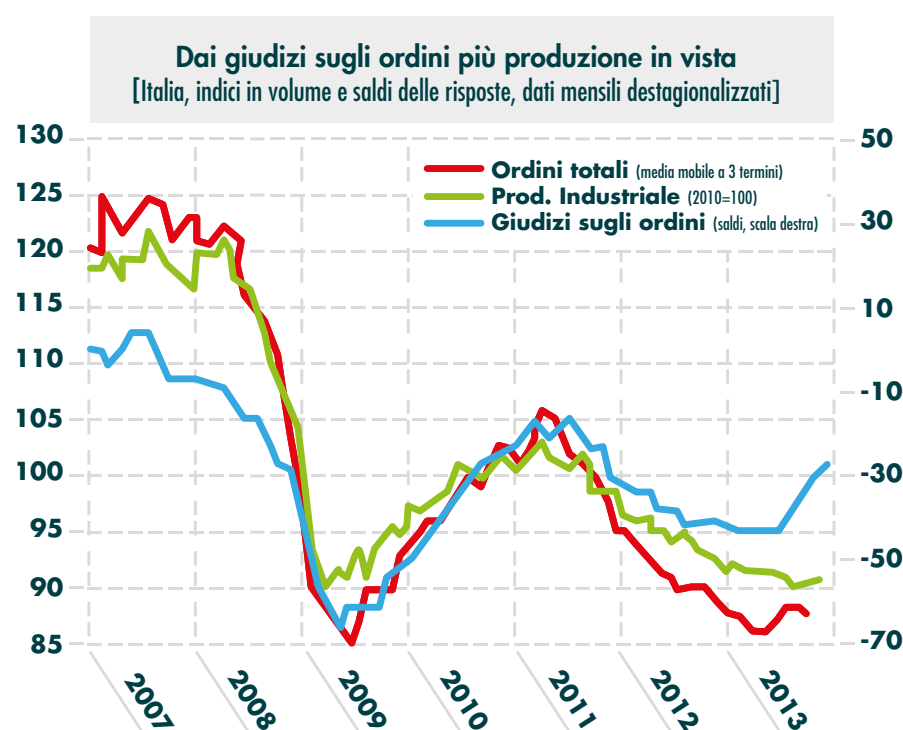
In Italia

In **Italia** frena la contrazione del **PIL** nel 3° trimestre (-0,1%, dal -0,3% nel 2°) e il livello si attesta a -9,1% dal picco di 6 anni prima. L'acquisito per il 2013 è di -1,9%.

L'avvio del recupero si intravede nell'**anticipatore OCSE**, che precorre il ciclo di 6/9 mesi: migliorato in settembre per il 13° mese di fila (a 100,9, +0,22% su agosto), segnala l'inversione di marcia nel trimestre attuale.

La **produzione** industriale sale dello 0,3% in ottobre (stime CSC), dopo il +0,2% di settembre. La variazione congiunturale acquisita nel 4° trimestre è +0,5%. L'ulteriore miglioramento dei **giudizi sugli ordini** (saldo a -27, +17 punti da maggio) è coerente con nuovi incrementi nei prossimi mesi, sostenuti soprattutto dalla domanda estera. Il **PMI dei servizi** in ottobre ha indicato il 2° aumento consecutivo di attività (50,5 da 52,7) e ordini (50,7 da 52,9), seppure inferiore a quello di settembre.

CSC, Congiuntura Flash, 22 novembre 2013.



Ordini e giudizi sugli ordini sono spostati avanti di 2 mesi.

Produzione di ottobre 2013: stime CSC.

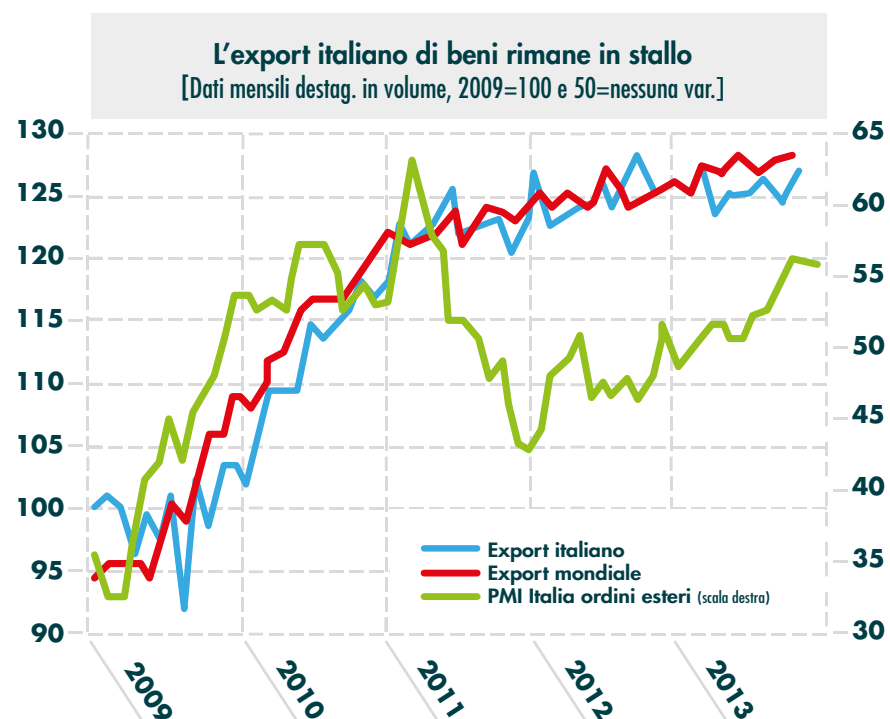
Fonte: elaborazioni e stime CSC su dati ISTAT.

I Trend

del'Economia globale.

In agosto il volume dell'**export mondiale** ha consolidato, con un +0,1% mensile, il netto guadagno di luglio (+1,0%); è salito l'export dei paesi avanzati (+0,5%) e si è ridotto quello degli emergenti (-0,3%). A ottobre il **PMI ordini esteri** si è ulteriormente rafforzato (52,1 da 50,9 in settembre), raggiungendo il valore più **elevato** dal marzo 2011. I segnali di più forte crescita degli ordini esteri provengono dall'Area euro, dai paesi NAFTA e dall'Asia.

A settembre il volume delle esportazioni italiane è cresciuto dello 0,7% su agosto, determinando un piccolo incremento nel 3° trimestre (+0,1%), minore di quello modesto del 2° (+0,4% sul 1°). Da gennaio 2013 il PMI ordini esteri per l'Italia si trova in territorio espansivo. A ottobre si è mantenuto sul livello di settembre (55,5), il più elevato dall'aprile 2011.



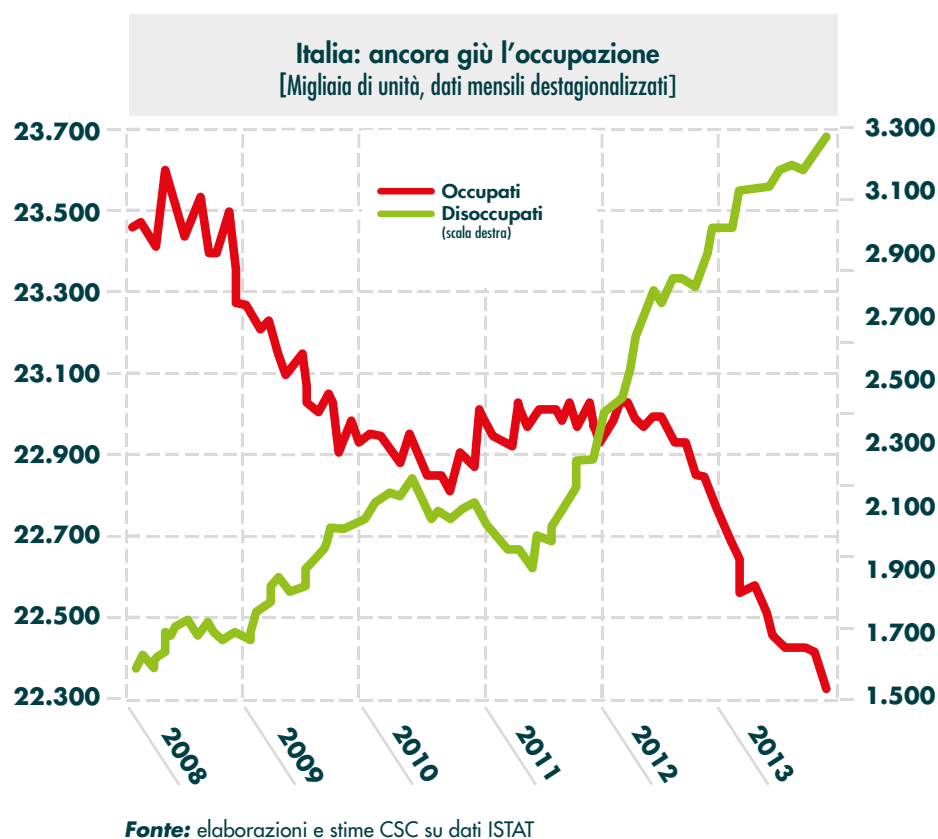
Fonte: elaborazioni e stime CSC su dati ISTAT



Il **calo degli occupati in Italia** non si è ancora esaurito, ma si sta attenuando. In settembre sono diminuiti di 80mila unità (-0,4% su agosto). Sulla base dei dati rivisti dall'ISTAT, ciò porta la riduzione nel 3° trimestre a quota 103mila (-0,2% sul 2°, da -0,7% e -0,5% nei primi due trimestri dell'anno).

Stabile il ricorso alla **CIG** che, secondo le stime del CSC, ha assorbito in ottobre circa 300mila unità di lavoro equivalenti, un livello simile a quello di fine 2011. I **disoccupati** in Italia sono saliti in settembre al 12,5% della forza lavoro, nuovo massimo storico. Il tasso di disoccupazione è cresciuto anche in Francia (11,1%, +0,1 punti sul mese precedente).

Fermo in Spagna, ma su livelli elevatissimi (26,6%). In discesa solo in Germania (5,2%, -0,1 punti), dopo essere rimasto stabile per quattrotto mesi. Nella media dell'Eurozona è invariato al 12,2%.

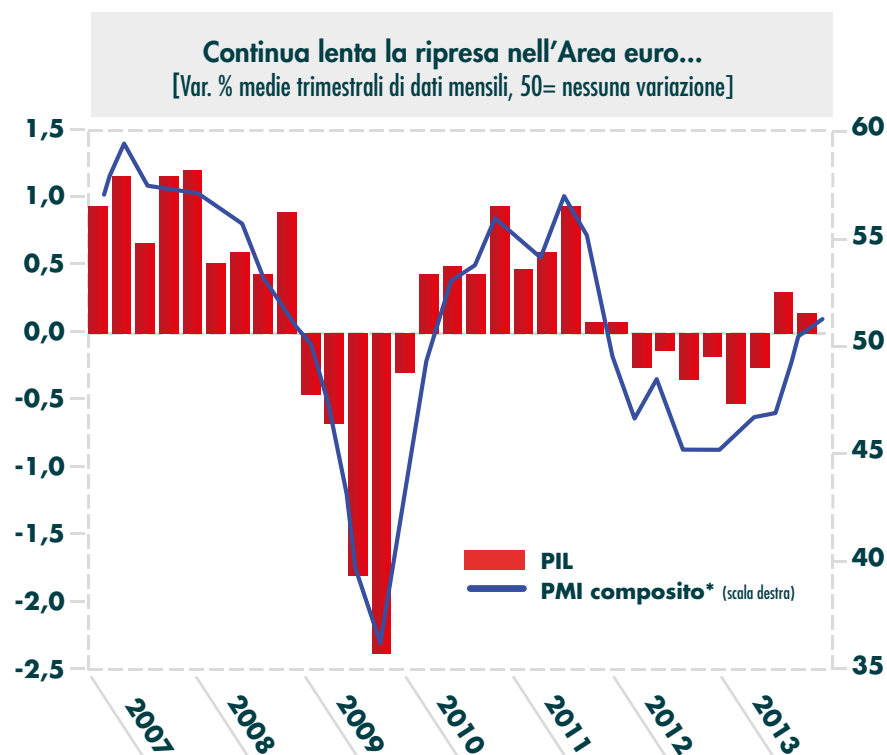


Il **PIL dell'Area euro** ha registrato un +0,1% congiunturale nel 3° trimestre, in rallentamento rispetto al +0,3% del 2°. Decelera la Germania (+0,3%, da +0,7%). Torna ad arretrare la Francia (-0,1% da +0,5%).

In ottobre, gli **indici PMI** hanno segnalato un'ulteriore moderata espansione dell'attività, sia nel manifatturiero, in leggera accelerazione (51,3 da 51,1), sia, ma in frenata, nei servizi (51,6 da 52,2). Migliora ancora (di 0,9 punti) il sentimento economico.

La **bassa inflazione** contribuisce a compensare l'erosione di **redditi**, dovuta alla debolezza del mercato del lavoro. Sotto i riflettori il rischio che tornino ad ampliarsi gli **squilibri all'interno dell'area**. Parte della riduzione dei deficit esteri è stata ottenuta con la riduzione dell'import, il cui recupero beneficerebbe anche i prodotti tedeschi.

La Germania vedrebbe così salire il già enorme attivo di conto corrente, che è stato di oltre il 6% del PIL dal 2007 e vicino al 7% nel 2013.





Migliorano i PIGS

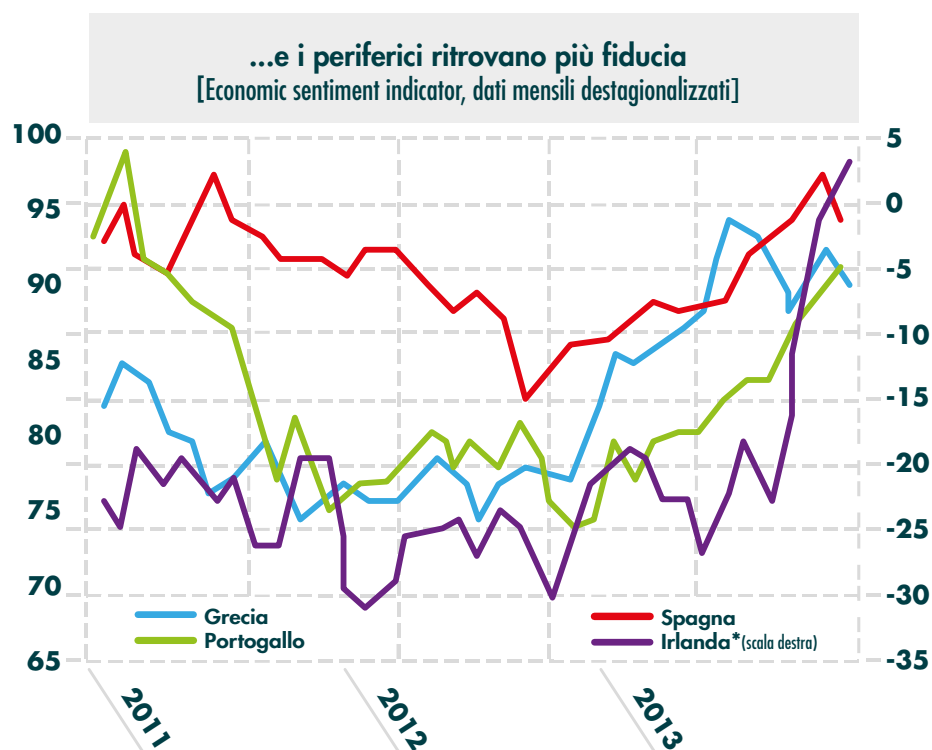
Nel 3° trimestre 2013 la **Spagna** è uscita dalla recessione (+0,1% il PIL) e il **Portogallo** ha confermato la ripresa iniziata nel 2° (+0,2%, dopo un +1,1%).

Anche per l'**Irlanda** gli indicatori congiunturali segnalano una continuazione della crescita, dopo il +0,4% nel 2°.

In **Grecia** prosegue la caduta dei livelli di attività, ma a ritmo più basso: nella media del 2013 il PIL è atteso scendere del 4,0%, comunque meglio del -5,6% annuo registrato nel 1° trimestre.

Al di là di alcune fluttuazioni mensili, è in risalita il **sentimento economico**, sebbene rimanga ancora al di sotto della media di lungo periodo. In Irlanda è tornato positivo il saldo delle risposte sulla fiducia dei consumatori, per la prima volta da aprile 2006.

Sostengono la ripresa il miglioramento dei **conti pubblici** e la bassa **dinamica dei prezzi**: appena sopra lo zero in Spagna e Portogallo, nulla in Irlanda e negativa in Grecia.



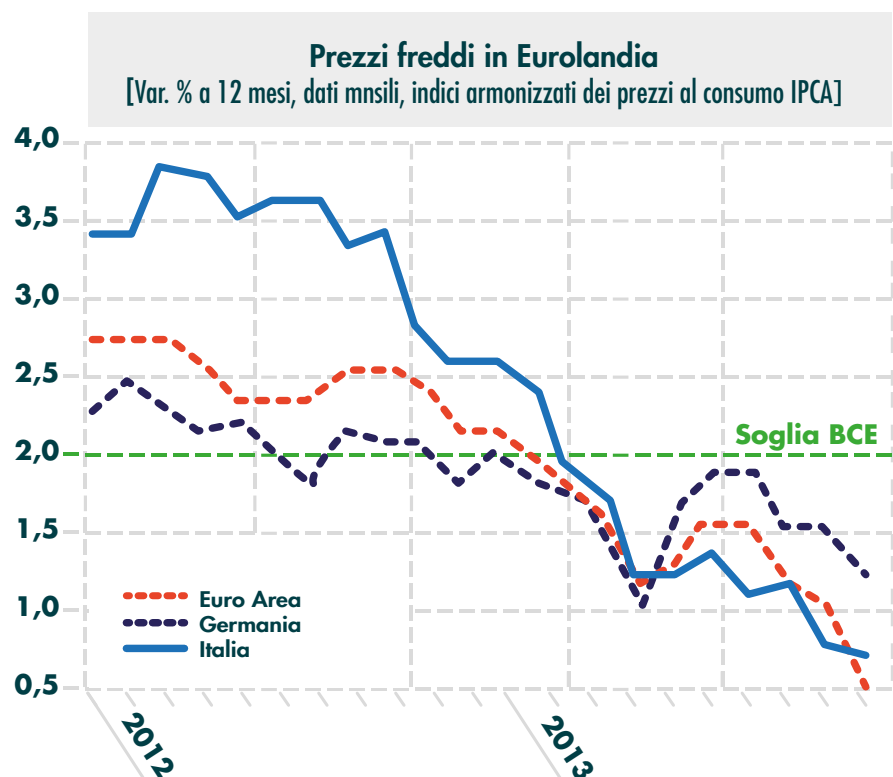
Fonte: elaborazioni CSC su dati Commissione europea.

Prezzi freddi in Eurolandia

Si è riaperto il dibattito sul rischio **deflazione**. La dinamica dei prezzi al consumo in Italia è in netta flessione: +0,8% annuo in ottobre, da +3,8% a marzo 2012 (indice IPCA). In Eurolandia (+0,7%, da +2,7%) è ben sotto la soglia BCE (+2,0%). Gli energetici (-3,5% in ottobre in Italia, da +15,4%) spiegano parte del calo, ma anche la core (tolti energia e alimentari) è all'1,3% (da +2,5%).

Aspettative delle famiglie di ribassi dei prezzi possono indurre un rinvio di consumi durevoli, frenando la ripresa. Fino a settembre in Italia le attese erano di prezzi in calo. In ottobre sono salite per il **rialzo dell'IVA** al 22%, dal 21%, ma restano molto basse. In Germania e nell'Area euro le attese sono più lontane dal rischio di deflazione.

L'**euro forte** rende meno costose in Eurolandia le commodity quotate in dollari: il **prezzo del petrolio** Brent registra un +3,7% in dollari a novembre dal minimo di aprile, in euro segna un +0,3%. Meno lento l'aumento dei prezzi in USA: +1,0% annuo a ottobre, come la core che viaggia a ritmi più elevati (+1,7%).



Fonte: elaborazioni e stime CSC su dati ISTAT



Riforma del lavoro tra correttivi ed incentivi.

Dopo più di un anno di applicazione della Riforma Fornero, che si caratterizzava per un approccio complessivo ed articolato, si è nuovamente intervenuti sul mercato del lavoro con la Riforma Giovannini, dal nome del ministro che presiede il dicastero competente.

Sono stati introdotti alcuni **correttivi e nuovi incentivi** che, in qualche aspetto, **“aggiustano” la Riforma dell’estate del 2012**, che aveva fin da subito evidenziato alcune criticità ma che viene, però, sostanzialmente confermata nel suo impianto di tutela e privilegio del lavoro stabile rispetto a quello precario. Nel contesto economico-sociale italiano attuale, tra gli obiettivi del Governo Letta non poteva mancare quello di **promuovere l’occupazione, quella giovanile, in particolare attraverso un set di incentivi**.

E’ stato introdotto **un incentivo a favore dei datori di lavoro che assumono con contratto a tempo indeterminato lavoratori di età compresa tra i 18 e i 29 anni**, che siano privi di un impiego regolarmente retribuito da almeno sei mesi o privi di un diploma di scuola media superiore o professionale. L’incentivo in questione viene corrisposto per 18 mesi e non può superare i 650 euro mensili.

Per favorire l’occupazione di chi è uscito dal mondo del lavoro è stato, inoltre, previsto **un incentivo in favore dei datori di lavoro che assumono a tempo pieno ed indeterminato lavoratori in ASpl (la nuova disoccupazione)**. L’incentivo in questo caso è pari al 50% di ogni mensilità di indennità, non ancora corrisposta al lavoratore.

Finalizzati a favorire l’incontro con le imprese, in un’ottica di alternanza tra studio ed attività produttive, nella Riforma trovano una propria disciplina anche i **TIROCINI “CURRICULARI” IN AMBITO UNIVERSITARIO**, previsti nei piani di studio. Le Università debbono stilare una graduatoria degli aventi diritto secondo criteri di premialità. La durata minima del tirocinio è di tre mesi e le Università corrispondono rimborsi nella misura massima di 200 euro che rappresentano il 50% della somma complessiva (l’altra parte è erogata dal soggetto ospitante, pubblico o privato).

Va dato atto alla recente Riforma che, nella direzione auspicata dalle imprese, **è stata valorizzata anche la flessibilità**. Tra le norme più rilevanti, a tal proposito, si segnala quella che consente di **definire con contrattazione collettiva**, anche di livello aziendale, ogni altra ipotesi, al di fuori del primo rapporto di lavoro, in cui è possibile stipulare un **contratto a tempo determinato** senza necessità di definire la causale.

Sempre in materia di contratto a tempo determinato **è stata definita la riduzione dello “stop and go” tra un contratto a termine e l’altro**, che la Riforma Fornero aveva portato fino a 90 giorni. Il periodo di sospensione torna ad essere di 10 o 20 giorni a seconda che il contratto a termine iniziale abbia durata superiore o meno a 6 mesi.

Tra i **CONTRATTI COSIDDETTI ATIPICI** si segnalano interventi in materia di **lavoro intermittente** (job on call), rispetto al quale si è stabilito **un limite di 400 giornate di effettivo lavoro in tre anni solari riferito a ciascun lavoratore** con il medesimo datore di lavoro. Superato tale tetto, il lavoratore si considera assunto a tempo indeterminato.

Si è inoltre fatta chiarezza sul ricorso al lavoro accessorio che, di fatto, non è più quello meramente occasionale ma quello che viene retribuito con voucher senza superare il tetto di 5mila euro annui.

La Riforma Giovannini ha, poi, stabilito che la **SOLIDARIETÀ NEGLI APPALTI trova applicazione anche ai compensi e agli obblighi di natura contributiva ed assicurativa in favore dei lavoratori impiegati con contratti di natura autonoma** così come, nella presunzione favorire lo sviluppo di forme di collaborazione reciproca, nel caso di distacco del lavoratore fra imprese che abbiano stipulato un contratto di rete, un’altra novità è costituita dalla presunzione dell’interesse al distacco.

Da ultimo, va segnalato che si sarebbe probabilmente potuto fare di più in materia di **SEMPLIFICAZIONI DEGLI ADEMPIMENTI BUROCRATICI**. Se con la Riforma Fornero si è introdotto l’obbligo di convalida delle dimissioni e delle risoluzioni consensuali in riferimento ai lavoratori subordinati, la Riforma Giovannini, infatti, rilancia ed estende tale convalida anche ai co.co.pro. ed agli associati in partecipazione.



Sistri: a che punto siamo?

Slittano le sanzioni e cambiano i soggetti obbligati.

Continua la travagliata storia di **SISTRI**, il sistema nato nel 2009 su iniziativa del **Ministero dell'Ambiente e della Tutela del Territorio e del Mare**, che avrebbe dovuto rivoluzionare lo scenario dei rifiuti speciali in Italia, garantendo la tracciabilità lungo tutta la filiera dei rifiuti, dai produttori ai gestori finali.

Dal **31 ottobre** scorso, infatti, con l'entrata in vigore della Legge n. 125/13 che converte il D.L. 101/2013, sono state introdotte nel D. Lgs. 152/2006 ("Codice ambientale") **alcune importanti novità**, successivamente chiarite anche da una Circolare ministeriale, che modificano l'applicabilità del **Sistema di tracciabilità**.

Rifiuti soggetti a SISTRI

La prima e più importante modifica introdotta è la limitazione del SISTRI ai soli rifiuti speciali pericolosi e ai rifiuti pericolosi urbani, per quanto riguarda le attività di trattamento, recupero, smaltimento, commercio

Cos'è SISTRI?

Il SISTRI (Sistema di controllo della tracciabilità dei rifiuti) nasce nel 2009 su iniziativa del Ministero dell'Ambiente e della Tutela del Territorio e del Mare nel più ampio quadro di innovazione e modernizzazione della Pubblica Amministrazione per permettere l'informatizzazione dell'intera filiera dei rifiuti speciali a livello nazionale e dei rifiuti urbani per la Regione Campania.

e intermediazione. Questa modifica, salvo future variazioni, restringe sensibilmente la platea di soggetti obbligati all'utilizzo del nuovo sistema di tracciabilità, consentendo a tutti gli enti o imprese che producono, trasportano e gestiscono solo rifiuti speciali non pericolosi, di mantenere invariate le attuali modalità di gestione rifiuti. Rimangono soggetti all'applicazione i rifiuti urbani della regione Campania.



Operatività del sistema e soggetti obbligati

L'operatività del sistema sarà scaglionata in base alla tipologia di soggetti obbligati.

- ✓ Dal **1° ottobre 2013** sarà il turno dei **trasportatori a titolo professionale**, dei soggetti che effettuano **recupero, smaltimento, commercio e intermediazione** di rifiuti pericolosi e dei cosiddetti **nuovi produttori**, ossia le imprese che trattano o producono rifiuti pericolosi. Con la legge di conversione diventano obbligati dal 1° ottobre anche i **vettori esteri** che operano sul territorio nazionale e i soggetti ai quali sono affidati rifiuti pericolosi in caso di intermodalità.
- ✓ Dal **3 marzo 2014** SISTRI interesserà, invece, i **produttori di rifiuti pericolosi** e i Comuni e le imprese che trasportano i rifiuti urbani nella Regione Campania. Per i rifiuti urbani pericolosi è prevista una successiva fase di sperimentazione dal primo giugno 2014.

Periodo transitorio e sanzioni

Il **passaggio alla tracciabilità telematica dei rifiuti non sarà tuttavia immediato** in quanto, in sede di conversione, è stato **prolungato fino al 31 luglio 2014 il periodo di doppio binario**, durante il quale i soggetti obbligati dovranno continuare ad utilizzare, oltre a SISTRI, anche i registri di carico e scarico e formulari di trasporto.

La tenuta di quest'ultima documentazione cartacea risulta, ad ora, l'unico obbligo sanzionato, in quanto le sanzioni relative all'utilizzo di SISTRI previste dal D.lgs. 152/2006, decorreranno soltanto dal 1° agosto 2014.

Senza dubbio, la presenza di un periodo transitorio consentirà alle aziende di arrivare all'effettiva obbligatorietà del sistema con maggior preparazione, ma al contempo comporterà un aggravio nella gestione dei rifiuti richiedendo, di fatto, una doppia tenuta di registrazioni per i rifiuti speciali pericolosi.



Auguri per un 2014 NUOVO



CONFINDUSTRIA
Verona



#confindustriaVR

www.confindustria.vr.it