



# MANAGER

VERONA ONLINE



## **IL PROGETTO RELOAD DELLA RETE RIVELO**

**Digitalizzazione dei processi,  
digital mindset e centralità delle persone.**

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

**MANAGER**  
VERONA ON LINE

Anno 7 - Numero 38 ottobre 2021



## Nuova squadra di Presidenza per il quadriennio 2021/2025

### Verona Manager Online

è a cura di Confindustria Verona. Hanno collaborato a questo numero: Arianna Andrioli, Paola Bendinelli, Marta Bortolazzi, Micol Bottacini, Clarissa Bressan, Laura Burro, Michela Bernardini, Liana Laiti, Sara Lovato, Francesco Pizzeghella, Mario Spano, Davide Vertullo.

Progetto grafico e programmazione di Bravo Communications & C. Srl

PER CONTATTARE VR  
MANAGER ON LINE  
E PER LA PUBBLICITA'  
SULLA RIVISTA  
T. 0458099414  
[comunicazione@confindustria.vr.it](mailto:comunicazione@confindustria.vr.it)

### → Editoriale

Piazza Cittadella

### → **Il Progetto ReLOAD della rete RIVELO.**

**Per una supply chain e una logistica resiliente.**

### → **Nuova squadra di Presidenza per il quadriennio 2021/2025.**

### → **Marco Dalla Bernardina. Il nuovo presidente del Gruppo Giovani Imprenditori di Confindustria Veneto.**

### → **Next Generation: il Gruppo Giovani Imprenditori.**

### → **Economia circolare. Incontro sui modelli di business.**

Politiche sociali

### → **GoodFood. Buono da mangiare, buono da guardare, buono da pensare.**

Aziende

### → **Endes: 25 anni di esperienza con lo spirito di una Strat up.**

### → **Atelier Poli: arte e artigianato per un nuovo Rinascimento.**

### → Nuove associate

Verso Industria 4.0

### → **Digitalizzazione dei processi, digital mindset e centralità delle persone. Una nuova sfida per il futuro delle aziende.**

Europa per le imprese

### → **Horizon Europe. Al via il nuovo Programma Quadro per il finanziamento alla R&I in Europa.**

### → **Scenari europei. Aggiornamento mensile sui principali temi trattati in Europa di interesse per le imprese italiane.**

Approfondimento

### → **Sostenibilità ambientale e digital transformation. È questa la chiave del successo?**

Focus Economico

### → **Esportare la Dolce Vita. Bello e ben fatto: il potenziale del Made in Italy nel panorama internazionale che cambia.**



## Guardare agli obiettivi

Non nascondo di essere un po' emozionato nel raccogliere il testimone di questo spazio che dal 1988 racconta la nostra associazione, le imprese e i grandi temi economici e di scenario che caratterizzano il nostro fare imprese. Nelle pagine successive troverete una sintesi del programma di presidenza 2021/2025 e la squadra degli otto Vice Presidenti che, assieme ai presidenti della Piccola Industria e dei Giovani Imprenditori, mi affiancheranno in questo percorso. Conto che presto queste stesse pagine possano raccontare le iniziative che riusciremo a realizzare insieme.

Per una coincidenza questo editoriale cade nel numero autunnale e l'autunno, per uno che fa il mio mestiere, è il tempo in cui si capisce concretamente quali siano i frutti a nostra disposizione. È la stagione in cui si fanno i conti con quello che realmente si ha per realizzare il proprio prodotto e il proprio futuro. Non c'è tempo per recriminare su un'estate troppo secca o troppo umida, sulla grandine o sul sole. Si può solo lavorare utilizzando al meglio quello che si ha avendo ben chiaro in testa l'obiettivo da raggiungere. E questo è lo spirito che vorrei condividere.

L'economia corre. Quindi potremmo dire che l'autunno è molto buono. Dalla caduta dell'anno scorso siamo passati ad una previsione di crescita del PIL nazionale per il 2021 del 6% che potrebbe arrivare al 10% in due anni, come accennato dal presidente Draghi. Anche a Verona i numeri sono interessanti e ci fanno sperare in un sentiero di ripresa che si sta piano piano rafforzando. Il PNRR è entrato nel vivo con le prime riforme che, sappiamo bene, sono condizione indispensabile per la credibilità in Europa ed avere la disponibilità dei fondi, ma sono anche e soprattutto la grande opportunità per modernizzare il Paese. E anche se il prezzo dell'energia e delle materie prime sta correndo, anche se faticiamo a trovare persone da inserire nelle nostre imprese, anche se i problemi dei trasporti sembrano non attenuarsi, dobbiamo avere ben chiaro l'obiettivo da raggiungere e non farci distrarre da condizioni che non possiamo cambiare. È nostro dovere fare in modo che questa crescita non sia una fiammata ma possa diventare una crescita solida. I continui cambiamenti di scenario ci impongono continue revisioni delle nostre decisioni. In questi 18 mesi abbiamo affrontato di tutto, dall'incertezza alla paura. Ne stiamo uscendo e, grazie alla scienza in modo anche rapido. E, come avviene all'indomani di un grande shock sistemico, la reazione

**Raffaele Boscaini**

Presidente di Confindustria Verona

# Il Progetto ReLOAD della rete RIVELO

## Per una supply chain e una logistica resiliente

Abbiamo intervistato quattro aziende per fare il punto sulle prime attività progettuali.

### **ADAMI AUTOTRASPORTI**

“Ripartenza” è la parola chiave del progetto ReLOAD per Adami Autotrasporti, che vede come referenti Daniela Bellorio e Stefano Bonomi. Sedici imprese venete e due università partecipano assieme a questo progetto, assumendo un atteggiamento proattivo per far fronte alle difficoltà quotidiane, evitare che la pandemia distrugga anni di impegno e di duro lavoro, e studiando progetti innovativi e soluzioni necessarie a ridurre la vulnerabilità della supply chain dopo il Coronavirus. Fortunatamente oggi sono a disposizione diversi sistemi informativi e di intelligenza artificiale che possono aiutare a studiare soluzioni volte a migliorare la qualità del lavoro umano, l'efficienza



**Stefano Bonomi**  
Responsabile IT di Adami Autotrasporti





**Daniela Bellorio CFO di Adami Autotrasporti**

dei trasporti, l'impatto ambientale e per ultima ma non meno importante la redditività aziendale. La combinazione di intelligenza umana e artificiale è il mix vincente per semplificare e migliorare l'apporto nel mondo del lavoro, fornendo una precisione di dati e di variabili difficilmente elaborabili con la sola mente umana; questo permette di fare la scelta migliore per quella specifica situazione. Non dimenticando che l'apporto delle università è essenziale e strategico per sviluppare le tecnologie, e per crescere. Essendo il settore della logistica e del trasporto animato da piccole e medie imprese, fondamentale è il ruolo del Consorzio RIVELLO; le aziende partner del progetto hanno avvertito in maniera forte la necessità di un cambiamento, e il consorzio ha dato loro la possibilità di mettersi in gioco per costruire una supply chain resiliente e orientata al futuro.

### **AVANZINI LOGISTICA**

Grazie al progetto ReLOAD, Avanzini Logistica sta ideando e implementando un portale multilogistica di prenotazione fasce orarie web, che va a integrarsi in maniera efficiente ai sistemi informatici di gestione

magazzino. In questo momento di emergenza sanitaria tale strumento permette di ridurre, se non quasi eliminare, i momenti non essenziali d'interazione fisica tra le persone interne ed esterne all'organizzazione. Lo sviluppo software e l'utilizzo di un hardware, denominato "progetto totem", presente in una apposita area di magazzino, consente all'autista di registrarsi attraverso credenziali univoche; con tale operazione, tutte le informazioni su viaggio e ordine vengono registrate e formalizzate. Una volta terminate le attività di magazzino (gestite a monte attraverso la prenotazione), viene stampata la documentazione necessaria, grazie ad una semplice lettura del QR code, che viene rilasciato in sede di registrazione. Prezioso è il supporto fornito dalle Università degli Studi di Verona e Padova nella realizzazione del progetto e nel suggerire l'utilizzo di eterogenei strumenti di analisi necessari al monitoraggio e interpretazione dei risultati che l'azienda sta raggiungendo. Il progetto è solo una piccola parte di un disegno più grande, quello di una logistica sostenibile, dove ogni partner del consorzio è parte attiva nel rendere il settore "green" quindi



**Gianluca Avanzini**  
**Amministratore Avanzini Logistica**





maggiormente focalizzato su un'ottica ambientalistica. Avanzini Logistica, nonostante le piccole dimensioni, si prefigge l'obiettivo di ridurre significativamente il traffico e l'inquinamento atmosferico. L'attuale sede sorge in un'area densamente industrializzata, alla quale si riesce ad accedere tramite un'unica strada. Scaglionare l'arrivo dei mezzi in orari predefiniti e ridurre lo stazionamento degli stessi negli appositi parcheggi, grazie ad una migliore gestione degli ordini, riduce l'impatto ambientale dell'intera supply chain. "Il Consorzio RIVELLO ci ha regalato quindi una grande opportunità: quella di dialogare, di confrontarsi, di riflettere e maturare l'idea di costruire, con la collaborazione delle altre aziende, una logistica sempre più innovativa e attenta alle tematiche di sostenibilità" spiega Gianluca Avanzini, direttore del settore logistica.

## **BONFERRARO**

Marco Righetti, General Manager di Bonferraro, spiega che il progetto nasce per implementare un controllo evoluto delle attività di logistica all'interno dello stabilimento di Bonferraro (una realtà piuttosto complessa con oltre 600 dipendenti e facente parte del gruppo Smeg) per il tracciamento delle presenze più o meno estemporanee dovute a vettori, visitatori, fornitori, clienti o altro. La completa tracciabilità degli accessi/presenza e uscita dallo stabilimento verrà implementata con appositi presidi hardware e una piattaforma software sviluppata ad hoc che consentiranno il controllo attraverso tutti i varchi di accesso aziendali in ingresso e uscita e la supervisione da parte di un sistema centralizzato. In particolare, il controllo puntuale degli ingressi dei fornitori permetterà di tracciare oltre alla loro presenza in azienda, anche le varie fasi delle operazioni di scarico da loro svolte nei diversi punti dedicati dello stabilimento, mediante l'identificazione e gestione delle aree dello stabilimento previste e organizzate per il ricevimento merci, l'identificazione



**Marco Righetti**  
General Manager di Bonferraro

di un referente interno che abiliterà le operazioni di scarico fino al loro completamento, controllo e chiusura per via informatica. Lo sviluppo e utilizzo di un sistema evoluto per il controllo e la gestione degli accessi rappresenta un sicuro passo in avanti verso una maggiore organizzazione e sicurezza sul lavoro, garantendo una tutela delle persone e dell'azienda, degli appaltatori, dei fornitori in consegna con le merci, dei vettori per il carico del prodotto finito, ecc., oltre a migliorare l'immagine dell'azienda stessa verso l'esterno. Tali esigenze oggi sono ancora più sentite a fronte dell'emergenza Covid-19 e delle misure di sicurezza richieste alle imprese per il proseguimento delle loro attività. Lo sviluppo per l'implementazione di una "Logistica 4.0" sicura e sostenibile per una realtà complessa come quella del nostro stabilimento, fatto tramite il progetto del Consorzio RIVELLO ha permesso l'impostazione di una linea di condotta rigorosa ed efficace che permette di conseguire gli obiettivi prefissati con tempi e costi certi. Inoltre, "il lavoro di gruppo" ha favorito un confronto proficuo con altre realtà della Provincia con le stesse esigenze ed interessi.





**Marcello Leali**  
**A.D. Acciaierie di Verona**

## **ACCIAIERIE DI VERONA**

Il Gruppo Pittini è uno dei principali produttori elettrosiderurgici europei, leader in Italia nel settore degli acciai lunghi con una produzione annua di 3 milioni di tonnellate di acciaio. Nell'anno 2015 Acciaierie di Verona S.p.A. ha acquisito lo stabilimento produttivo sito in Lungadige Galtarossa ed ha avviato un importante piano pluriennale, denominato "Masterplan", volto a valorizzare questo storico complesso industriale, realizzando, tra gli altri, uno fra i più innovativi laminatoi per la produzione di vergella al mondo. Oltre all'evoluzione tecnologica in ottica Industria 4.0, il progetto ha voluto perseguire obiettivi di riduzione dell'impatto sul territorio, nel rispetto dei collaboratori e della comunità locale, consentendo pertanto di migliorare gli ambienti di lavoro e l'integrazione con la città di Verona anche attraverso investimenti sulla viabilità ed una nuova linea di teleriscaldamento realizzata in collaborazione con AGSM. Dopo aver da poco concluso il Masterplan, Acciaierie di Verona si è posta un nuovo obiettivo connesso all'aumento della sostenibilità ambientale dello stabilimento, avviando un programma di investimenti denominato

"SUSTEEL – SUSTAINABLE STEEL", che prevede una serie di interventi volti al miglioramento delle performances ambientali oltre i livelli previsti dalle normative di settore. Gli ambiti sono molteplici, con innovazioni che riguardano gli impianti, le competenze e l'organizzazione. Particolarmente rilevante è la realizzazione di un nuovo impianto di aspirazione a servizio del reparto acciaieria. Un ulteriore fattore, determinante per la sostenibilità e la competitività dell'Azienda, è certamente la logistica. La collocazione logisticamente strategica è un punto di forza importante dello stabilimento, che pur essendo pienamente inserito nel contesto urbano della Città di Verona, è interconnesso con le principali direttrici ferroviarie europee. Da qui la scelta del Gruppo Pittini di destinare importanti risorse alla valorizzazione di questo asset, di fatto rinnovando circa l'80% del raccordo ferroviario interno nell'ottica di favorire il traffico su rotaia. Ma il traffico su gomma, pur riducendosi, continuerà a rivestire una quota importante. Ad oggi, infatti, accedono su strada circa 180 mezzi al giorno, per un totale di oltre 40.000 l'anno. Per tale ragione, al di là degli investimenti finalizzati al potenziamento del trasporto su rotaia, l'Azienda ha ritenuto un'interessante opportunità il progetto ReLOAD. Avviato nel settembre 2020, il programma si basa sull'acquisizione, la combinazione e l'utilizzo di conoscenze di natura scientifica e tecnologica con l'obiettivo di realizzare un sistema digitale ed automatizzato di pianificazione, gestione e tracciamento dei mezzi e delle persone, sviluppando un processo logistico sensibilmente migliorato sulla base di piattaforme integrate digitali per la gestione dei flussi. Per l'Azienda, un'ulteriore ottimizzazione dei flussi in ingresso e in uscita potrà contribuire in maniera sostanziale ad una maggiore flessibilità, visibilità ed efficienza del sistema logistico con indubbe ricadute non solo sulla competitività dell'impresa, ma anche e soprattutto sui flussi della viabilità cittadina nonché sulla riduzione dei gas climalteranti che i mezzi immettono in atmosfera durante la loro permanenza.





La pandemia da COVID-19 ha avuto effetti drammatici sull'intero sistema economico/produttivo mondiale, mettendo in evidenza l'assoluta necessità di ripensare i processi logistici al fine di introdurre strumenti nuovi e tecnologie digitali in grado di migliorare la pianificazione, aumentare la visibilità end-to-end, guadagnare efficienza e ottenere flessibilità, senza tuttavia trascurare il ruolo delle persone. È proprio in quest'ottica che la partecipazione al progetto ReLOAD da parte di Acciaierie di Verona si è concentrata, oltre che sull'efficientamento del sistema, su tutti gli aspetti che impattano sul miglioramento degli ambienti di lavoro. Infatti, l'ottimizzazione delle operazioni logistiche consentirà la riduzione dei tempi di permanenza delle persone all'interno dello stabilimento e la dematerializzazione e digitalizzazione dei processi permetterà da un lato una riduzione delle possibilità di contatto in ottica Covid, dall'altro una velocizzazione dei processi ed il tracciamento delle operazioni.

Si tratta quindi di un progetto in linea con gli obiettivi di sostenibilità ambientale e sociale post-Covid.

Il nostro Gruppo considera strategica la relazione tra imprese e Università finalizzata all'innovazione e allo sviluppo tecnologico. Per questo motivo abbiamo attivato numerose collaborazioni con le maggiori università italiane ed europee nella realizzazione di specifici progetti. Si ritiene, inoltre, che queste collaborazioni rafforzino la relazione tra Azienda, territorio e contesto sociale.

Marcello Leali, A.D. Acciaierie di Verona, ritiene che ReLOAD rappresenta un'interessante opportunità per avviare nuove collaborazioni del Gruppo ma in particolare di Acciaierie di Verona con l'Università di Verona e con l'Università di Padova. Il principale punto di forza è certamente l'occasione di sviluppare le competenze presenti sul territorio. Il contatto fra la nostra realtà e quella universitaria potrà dar luogo a sviluppi sinergici in ambiti tecnologici di reciproco interesse che potranno certamente contribuire alla competitività di entrambi con positivi effetti sull'intero

sistema economico locale.

La sostenibilità è un valore imprescindibile nelle scelte del nostro Gruppo, che basa da sempre la propria attività sui paradigmi dell'economia circolare.

Tra gli obiettivi di questo progetto è già stato menzionato lo studio ed il miglioramento della gestione dei flussi in ingresso ed in uscita dallo stabilimento al fine di minimizzare gli impatti sul territorio. Tema ancora più rilevante per lo stabilimento di Acciaierie di Verona, che si trova inserito in un contesto urbano.

Fin dall'acquisizione Acciaierie di Verona ha incentivato il trasporto su rotaia, sia in ingresso che in uscita, riducendo quello su gomma. Nel 2020, ad esempio, abbiamo eliminato dalla viabilità cittadina circa 20.000<sup>1</sup> mezzi, per un risparmio di oltre 8.500 tonnellate di CO2 equivalente, a beneficio anche della città di Verona. Ad oggi il trasporto ferroviario copre il 40% delle merci movimentate dallo stabilimento (era inferiore al 15% nel triennio 2013-2015). La residua componente gestita su gomma potrà quindi fruire dei positivi effetti che il progetto ReLOAD determinerà attraverso l'ottimizzazione dei processi.

La collaborazione con altre realtà industriali, di piccole o grandi dimensioni, consentirà la condivisione sinergica delle risorse, migliorando la competitività del sistema locale. Soprattutto nello sviluppo di processi innovativi, ritengo che la collaborazione e la capacità di fare rete tra imprese siano un fattore determinante.

Nel caso specifico reputo la prossimità territoriale un fattore rilevante per la condivisione di problematiche e soluzioni che contribuiscono a una crescita e alla competitività dell'intero tessuto economico locale. In questo senso il Consorzio RIVELLO sta svolgendo un importante ruolo di coordinamento, creando fondamentali sinergie tra realtà produttive diverse, ma che hanno obiettivi comuni nella gestione dei processi della logistica industriale e della supply chain.

<sup>1</sup> Fonte: Mercitalia Rail, "Impatto ambientale 2020 dei trasporti ferroviari merci a confronto con l'equivalente modalità stradale" e DB Cargo, "Rail freight transport at DB Cargo – may 2021"



CONFINDUSTRIA  
Verona

# Nuova squadra di Presidenza

## per il quadriennio 2021 / 2025

L'assemblea degli imprenditori associati ha eletto **Raffaele Boscaini Presidente di Confindustria Verona** per il quadriennio 2021-2025.

Il presidente sarà affiancato dai presidenti dei

Giovani Imprenditori a cui è affidato il tema delle Nuove occupazioni e della Piccola Industria che avrà la delega della Cultura d'impresa.

Sono stati inoltre eletti otto Vice Presidenti:



### **Denis Faccioli**

Amministratore Delegato  
Tecres SpA  
Vicepresidente  
con delega  
all'internazionalizzazione



### **Filippo Girardi**

Presidente e  
AD Midac SpA  
Vicepresidente con delega  
alle relazioni industriali





**Michele Lovato** Presidente  
e AD Lovato SpA  
Vicepresidente  
con delega alla sostenibilità  
ed economia circolare



**Aldo Peretti**  
Presidente esecutivo  
del Gruppo Uteco  
vicepresidente con delega a  
finanza  
e risorse pubbliche



**Emanuela Lucchini**  
Presidente ICI Caldaie SpA  
Vicepresidente  
con delega  
alle aggregazioni di filiera



**Giangiacomo Pierini**  
Public Affairs &  
Communication Director  
Coca-Cola HBC Italia Srl -  
Vicepresidente con delega a  
capitale umano  
e politiche per i giovani



**Lorenzo Poli** Presidente  
Cartiere Saci SpA -  
Vicepresidente con delega  
alle relazioni istituzionali



**Giuseppe Riello**  
Amministratore Unico  
Riello DGR Srl  
vicepresidente con delega  
allo sviluppo territoriale





## Sette le linee programmatiche del quadriennio:

### **Confindustria Verona “Casa delle imprese”.**

Valori comuni, spirito di appartenenza, contaminazione e networking come base per proporre nuove occasioni di incontro e comunicazione con gli associati.

### **Networking, filiere e cluster di imprese.**

Approfondimenti tematici, continuo sviluppo delle reti di impresa per agevolare lo sviluppo innovativo. Un supporto costante per intercettare le risorse a disposizione.

### **Sostenibilità nelle tre dimensioni:**

**Ambientale, economica e sociale.** Ogni attività aziendale deve essere concepita e attuata alla luce di una cultura che sia basata sui principi della sostenibilità. Attività di sensibilizzazione e formazione ma anche di condivisione di informazioni con aziende che siano casi virtuosi.

**Capitale umano e giovani.** Una rinnovata modalità di **rapporto con lavoratori** e sindacati tenendo conto delle sempre più evidenti necessità di flessibilità, in entrambe le direzioni, tra lavoratori e imprese e alla riqualificazione post pandemica. Inoltre a favore di un più facile ingresso dei **giovani** nel mondo del lavoro, favorire la comunicazione diretta il mondo dei giovani con le imprese del territorio affinché si crei uno scambio virtuoso dal quale si possa partire per progettare il proprio futuro. Un ulteriore fronte sarà quello “formazione all’impresa”, un passaggio necessario affinché le

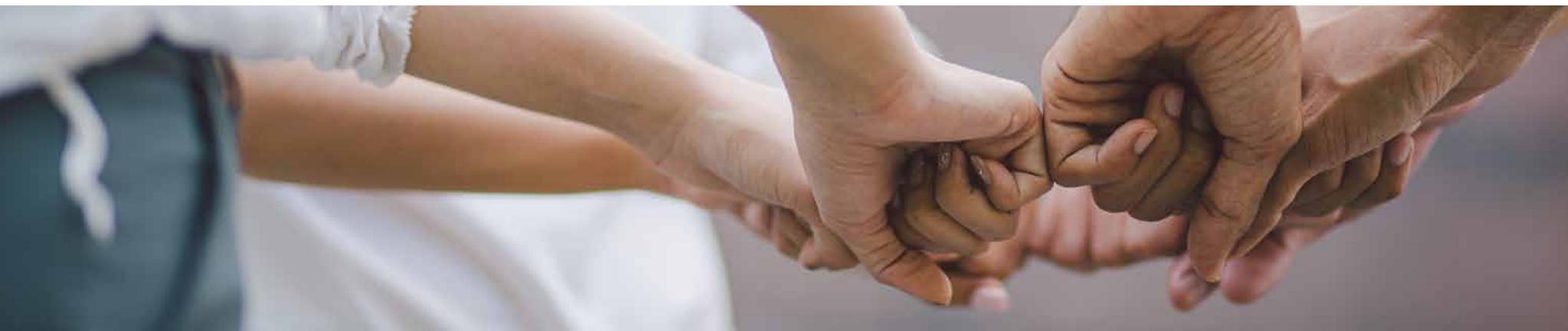
tante opportunità e brillanti idee che si intercettano nelle **Start-Up** possano il più possibile crescere e trasformarsi in solide imprese.

**Risorse economiche per la crescita.** Le risorse previste dal **PNRR** rappresentano un’occasione unica sia per la portata che per la prospettiva che ci offrono. È essenziale che vengano intercettate in tempi brevi, utilizzate interamente e valorizzate al meglio. Confindustria Verona può configurarsi come un “collettore propositivo”. promuovendo il dialogo tra le imprese e le istituzioni locali ed essere un facilitatore nell’organizzare un efficiente ed efficace direzionamento di queste risorse e degli investimenti.

**Internazionalizzazione.** Supporto completo per tutte le attività collegate all’internazionalizzazione, che si parli di semplice export dei propri prodotti, fino alla realizzazione di unità produttive all’estero, si tratta sempre di operazioni che richiedono requisiti professionali, in termini di competenze e finanziari non sempre riscontrabili nelle nostre aziende, specie se di piccole dimensioni.

### **Sviluppo territoriale e progettualità.**

Confindustria Verona come serio e affidabile strumento di propositività per stimolare progetti con vedute lungimiranti e innovative, ma anche col necessario pragmatismo imprenditoriale. Il progetto **Verona 2040** è, non a caso, nato e si sta velocemente sviluppato all’interno della nostra associazione presentandosi oggi come l’unico e certamente più completo progetto che la nostra città abbia visto dai tempi della ricostruzione post-bellica.





**Organizzazione | Informatica  
Valutazioni e Advisory | Risorse Umane  
Intellectual Property**

Bologna | Civitanova M. | Firenze | Genova  
Milano | Napoli | Padova | Roma | Savona  
Torino | Venezia M. | Verona

# Competenza Valore Etica

da 20 anni  
a Verona

da 55 anni  
in Italia  
e nel mondo

**Verona**

**PRAXI SpA**  
Corso Porta Nuova, 60

T +39 045 8009832  
verona@praxi.praxi

**PRAXI Intellectual Property SpA**  
Corso Porta Nuova, 60

T +39 045 8014033  
verona@praxi-ip.praxi

**PRAXI Group**

**PRAXI SpA**  
[www.praxi.praxi](http://www.praxi.praxi)

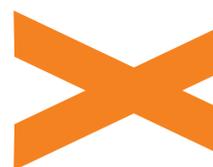
**PRAXI Intellectual Property SpA**  
[www.praxi-ip.praxi](http://www.praxi-ip.praxi)

**PRAXI Alliance**  
[www.praxialliance.praxi](http://www.praxialliance.praxi)

**PRAXI Valuations**  
[www.praxivaluations.praxi](http://www.praxivaluations.praxi)

**CONSALIA Ltd**  
[www.consalia.com](http://www.consalia.com)

**in**      
[www.praxi.praxi](http://www.praxi.praxi)





# Marco Dalla Bernardina

## Il nuovo presidente del Gruppo Giovani Imprenditori di Confindustria Veneto

**Marco Dalla Bernardina**, già presidente del Gruppo Giovani Imprenditori di Confindustria Verona, è il nuovo Presidente del Gruppo Giovani Imprenditori di Confindustria Veneto. Eletto all'unanimità, grazie all'ampio consenso raccolto dalla sua candidatura, raccoglie il testimone da Eugenio Calearo Ciman, dopo la gestione del Presidente facente funzione Alex Saggia, che ha guidato il Gruppo negli ultimi mesi fino al rinnovo.

L'avvicendamento è avvenuto nella sede di Confindustria Veneto a Mestre con la tradizionale cerimonia del "testimone": la consegna di un tondino in ferro, da custodire in azienda, simbolo del peso,

dell'impegno e dell'onore che la carica comporta. *«Ringrazio i colleghi per la fiducia riposta ed Eugenio Calearo Ciman per l'eccellente lavoro svolto in questi quattro anni nei quali ha saputo costruire un Gruppo regionale forte e coeso, caratteristiche indispensabili per affrontare le sfide che attendono l'impresa e la società nel prossimo futuro - **ha affermato il neo Presidente Marco Dalla Bernardina** - È necessario fare squadra e lavorare tutti assieme con forza e convinzione, poiché come giovani abbiamo la delega per costruire il futuro di questo Paese, promuovendo la cultura d'impresa, la sostenibilità e la legalità. È il momento di orientare i nostri sforzi verso il bene comune, intensificare il*





*“È necessario fare squadra e lavorare tutti assieme con forza e convinzione, poiché come giovani abbiamo la delega per costruire il futuro di questo Paese”*

**Marco Dalla Bernardina**  
presidente del Gruppo Giovani Imprenditori  
di Confindustria Verona

*dialogo tra i Gruppi territoriali dei G.I. per fare sintesi su proposte condivise e visionarie. Puntare su ciò che accomuna regioni diverse, confrontandoci e trovando un comune denominatore sovraregionale che unisca tutto il Nordest.»*



Tra gli obiettivi per il prossimo triennio, alcuni legati alla grande opportunità del PNRR, sul fronte interno valorizzare il senso di appartenenza ai Giovani Imprenditori, fatto di condivisione, rispetto, responsabilità e audacia e rafforzare il networking tra imprese e stakeholder anche di territori e settori diversi.

*“La pandemia ha messo in luce molti ritardi che ci toccano da vicino, a partire dal tema della formazione e dell’orientamento al lavoro, fino ad arrivare al gender gap e al passaggio generazionale.”*

**Marco Dalla Bernardina**  
presidente del Gruppo Giovani Imprenditori  
di Confindustria Verona

*«La pandemia - conclude Marco Dalla Bernardina - ha messo in luce molti ritardi che ci toccano da vicino, a partire dal tema della formazione e dell’orientamento al lavoro, fino ad arrivare al gender gap e al passaggio generazionale. Per questo intendo sviluppare percorsi di formazione personale e imprenditoriale per G.I. e mettere al centro l’education, la formazione tecnica e lo sviluppo degli ITS, che, in Veneto sono di eccellente qualità ma ancora troppo pochi. Startup e digitalizzazione saranno le altre due parole chiave dei prossimi tre anni. La rivoluzione digitale è destinata a fare un salto quantico nel prossimo futuro anche grazie alle risorse del PNRR. I Giovani Imprenditori sono digitali per nascita e per vocazione, perciò non si sottrarranno di certo alla sfida».*



CONFINDUSTRIA  
Verona  
Gruppo Giovani



DIAMANTE.IT

# ASSIEME, CRESCERE È PIÙ FACILE

Entra a far parte del Gruppo Giovani Imprenditori

## OPPORTUNITÀ DI CRESCITA BASATE SUL CONFRONTO



Interagisci attivamente con professionisti del tuo territorio per **acquisire nuove prospettive di business**.



Partecipa ad incontri periodici con imprenditori, **manager e top players** di vari settori.



Incrementa la tua professionalità grazie a meeting di **formazione gratuita** con docenti qualificati.



Visita **aziende di prestigio** e sfrutta la possibilità di **confronto diretto** con istituzioni, scuole e università.

**Il Gruppo Giovani Imprenditori di Confindustria Verona è tutto questo, e molto di più!  
Scopriilo assieme a noi**

Per maggiori informazioni visita [giovani.confindustria.vr.it](http://giovani.confindustria.vr.it)





## Le esperienze dei Giovani Imprenditori



**Stefano Bani, Socio HR Manager - QUATTRO S.r.l. [www.engelvoelkers.com](http://www.engelvoelkers.com)**

**Quattro S.r.l. è licenziataria dal 2014 del marchio Engel & Völkers per la zona di Verona Città e per la sponda Veronese del lago di Garda.**

*“Il Gruppo Giovani Imprenditori mi ha permesso di entrare in contatto con imprenditori le cui storie risultano molto interessanti, con loro riesco a trovare elementi di similitudine ma soprattutto emergono prospettive sempre nuove. Fare impresa da soli non è mai facile, essere parte di questo gruppo aiuta in termini di empatia e di supporto in ogni condizione in cui ci si trovi. Ogni confronto è una crescita personale e un valore aggiunto importante”.*



**Chiara Brentegani, General Manager - B&B FRUTTA S.r.l. [www.beb-frutta.com](http://www.beb-frutta.com)**

**B&B Frutta S.r.l. si dedica da 40 anni alla filiera della mela, promuovendo un consumo consapevole in tutela della filiera agroalimentare.**

*“In azienda mi impegno a diffondere il miglioramento continuo. Partecipare al gruppo giovani rappresenta un’opportunità per osservare l’impresa da nuove prospettive. Gli incontri e le testimonianze si concretizzano in forti stimoli innovativi che mi piace poi riportare in azienda. Mi auguro che il gruppo possa continuare a crescere per condividere il percorso con chi conserva una forte passione per il lavoro e la volontà di credere nel Paese”.*



**Edoardo Robbi, Socio - ROBBI GROUP S.r.l. [www.robbigroup.com](http://www.robbigroup.com)**

**Robbi Group S.r.l. opera nel settore della rettifica sin dal 1936, realizzando macchinari *tailor made* progettati e costruiti attorno alle specifiche esigenze di lavorazione del cliente.**

*“Dal 2017 sono iscritto al Gruppo e fin da subito mi sono sentito a casa. Il confronto tra giovani imprenditori offre punti di vista diversi e utili per far fronte alle decisioni quotidiane. Trovo di grande valore gli incontri organizzati con imprenditori di successo che si raccontano in un contesto informale, trasmettendo entusiasmo e voglia di crescere. Consiglio fortemente di aderire il prima possibile, perché - ahimè - tempus fugit ed il limite dei 40 anni lo si raggiunge velocemente”.*



## Per i tuoi viaggi la nostra esperienza e professionalità

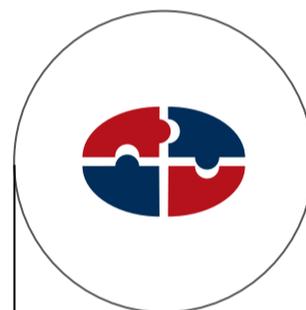


**33**  
collaboratori

**70**  
anni di storia  
nel mondo dei viaggi



dal 1949



**4**  
divisioni operative:  
Holidays | Incoming  
Events | Business

**21,5**  
milioni il giro d'affari  
all'anno



**Migliaia** di turisti ogni anno in viaggio con noi.  
**Centinaia** le Aziende che utilizzano ogni anno il nostro Business Travel Center.  
**Decine** gli eventi che ogni anno organizziamo.

**VERONA**  
Galleria Pellicciai 13 | 37121 Verona  
T. +39 045 9298 200 | turismo@vertours.com

**BUSINESS TRAVEL**  
Via Flavio Gioia 14 | 37135 Verona  
+39 0459298500 | aziende@vertours.com



# Economia circolare

## Incontro sui modelli di business

Da almeno un decennio a questa parte, l'esigenza di definire strumenti per una crescita economica sostenibile è diventata il tema principale di molte agende di politica economica dei paesi industrializzati e non.

La scarsità di risorse naturali e la volatilità dei prezzi delle materie prime, insieme alla problematica questione dell'inquinamento e della gestione dei rifiuti, impone un ripensamento del sistema produttivo di tipo lineare.

Al contempo, la disponibilità di tecnologie innovative a costi relativamente accessibili permette di rendere economicamente sostenibili modelli di business circolari. Conciliare crescita economica, tutela dell'ambiente e sviluppo sociale è diventato così un obiettivo perseguibile e auspicabile per garantire un benessere diffuso e prolungato nel tempo.

In quest'ottica, l'economia circolare applicata al mondo produttivo può svolgere un ruolo di traino nella strada verso gli obiettivi di sostenibilità.

Se ne è parlato durante l'incontro **"Economia circolare: modelli di business che creano valore a basso impatto ambientale"**, organizzato da Confindustria Verona, all'interno del Progetto **"Crescere Sostenibili"**.

Durante l'incontro sono stati approfonditi i diversi modelli di economia circolare basati su l'ecodesign, il recupero del valore residuo, delle materie prime e dei rifiuti, la servitizzazione e ancora l'estensione della vita del prodotto. Forme di circolarità applicate al mondo industriale e dei servizi che stanno trovando riscontro in un consumatore sempre più attento alla tematica della sostenibilità e più propenso ad attribuirvi un valore aggiunto.





Number One Logistics, diventata recentemente società Benefit, ha invece raccontato quali sono le sfide e i progetti che possono riguardare la sostenibilità di un'azienda della logistica: dalla riduzione delle materiali di imballaggio utilizzato, all'ottimizzazione dei viaggi per ridurre l'impatto di Co2.

A rappresentare la realtà veronese due casi virtuosi come **Stone Italiana** e **Number 1 Logistics**.

Da sempre attenta all'utilizzo di materia riciclata nei propri prodotti, Stone Italiana ha riportato la sua storica esperienza di circolarità nella produzione di quarzo ricomposto, testimoniando un'innata propensione alla sostenibilità di prodotto e alla ricerca continua.





# Good Food

## Buono da mangiare, buono da guardare, buono da pensare.

VALEMOUR Good Food è un progetto di food delivery dedicato alle imprese che consente di ordinare e ricevere gustosi pranzi da consumare sul luogo di lavoro. Nasce nel 2019 dall'incontro tra Vale un Sogno Cooperativa Sociale e l'azienda AQuest S.r.l., creative production e technology company del gruppo WPP, di San Giovanni Lupatoto le quali sperimentano per la prima volta una convezione ex art.14 per l'assolvimento degli impegni della Legge 68/99 attraverso un servizio di ristorazione aziendale.

Oggi, Good Food è in fase di start-up e coinvolge sei giovani con disabilità intellettiva della Fondazione Più di un Sogno, una cuoca e una educatrice nel nuovo laboratorio cucina sito a Zevio (VR). Di

rilievo la tecnologia dell'atmosfera controllata che garantisce ai lavoratori il giusto tempo per il lavoro e il mantenimento delle proprietà organolettiche degli alimenti, aumentando la shelf-life del prodotto e la riduzione dello spreco alimentare.

Marco Ottocento, Presidente di Vale un Sogno Cooperativa Sociale, e Fabio Merlin, CEO & Founder di AQuest, insieme a Michele Mariotto, CFO & Head of Operations, raccontano il loro incontro.

### **Da dove nasce l'idea di Good Food?**

Good Food: Sono trascorsi dieci anni da quando ho discusso appassionatamente con la nostra responsabile delle attività socio-sanitarie di quali soluzioni potevamo trovare per rispondere al bisogno di formazione e inserimento lavorativo dei





nostri ragazzi che si stavano affacciando alla vita adulta. Da allora abbiamo creato **Valemour, un modello di formazione e di relazione con le imprese che ha portato più di venti neolavoratori ed imprese ad incontrarsi**, scoprirsi ma anche a sfidarsi. Tuttavia, non per tutte le persone con disabilità intellettiva l'impresa è il luogo giusto, alcuni di loro hanno bisogno di maggiore tutela e protezione. Abbiamo quindi iniziato a studiare e a sperimentare per capire quale potesse essere la strada giusta e il nostro ruolo per dare una risposta adeguata. Abbiamo avviato un progetto in una fattoria sociale in cui c'era un piccolo laboratorio cucina in cui preparavamo i pasti per i nostri collaboratori. In quel periodo abbiamo incontrato l'azienda AQuest con la quale non siamo riusciti a creare una job position adeguata ma abbiamo scoperto che pranzavano insieme in un locale cucina allestito nell'azienda. **Così si è accesa l'idea di offrire noi il servizio di ristorazione permettendo all'azienda di assumere Andrea attraverso una convezione ex art.14.**

### **Sposando fin da subito il progetto, si può dire che siete stati i primi investitori di questa nuova impresa?**

AQuest: Quando abbiamo conosciuto questa realtà, l'iniziativa era ancora giovane e partita da poco. VALEMOUR cercava di diffondere il proprio messaggio di inclusività e diversity, mentre AQuest era alla ricerca di una persona con disabilità da inserire nel team. Inizialmente abbiamo pensato di percorrere la strada dell'assunzione e dell'affiancamento di un tutor aziendale che potesse supervisionare questa risorsa nelle attività lavorative e nel suo percorso di crescita; poi abbiamo saputo del progetto Good Food e conosciuto Andrea, un ragazzo solare e tenace con una forte passione per la cucina. Abbiamo subito deciso di supportarlo a realizzare il suo sogno di diventare cuoco, ma

non avendo una cucina attrezzata all'interno della nostra azienda, grazie a VALEMOUR e il progetto Good Food si sono create le condizioni più adatte e sicure per il nostro nuovo teammate. **Il nostro, più che un investimento, è una sinergia con una realtà che ha l'obiettivo importante e ambizioso di introdurre le persone con disabilità nel mondo del lavoro.** Facciamo parte di uno dei primi anelli della "Hiring Chain" e crediamo sia importante che questa catena diventi sempre più lunga e abbia sempre più sostenitori di progetti come questo.

### **Fare impresa sociale durante la pandemia rappresenta una doppia sfida?**

Good Food: La pandemia da Covid-19 è arrivata all'improvviso e ha colto il mondo intero impreparato. Abbiamo vissuto giorni sospesi che hanno messo alla prova la pazienza e l'impegno di ciascuno di noi. La pandemia ha fatto a pezzi due delle nostre pietre miliari: la relazione e l'inclusione. Potevamo farci prendere dallo sconforto e rimanere nella condizione di sospensione e di attesa. Lasciar fare agli altri e poi riprendere da dove ci eravamo fermati, come se nulla fosse. Oggi, invece, possiamo dire che il 2020 è stato un anno straordinario. A marzo 2020 avevamo appena preso in affitto i locali in cui installare il nuovo



Andrea e Davide al lavoro





Flavio, Caterina ed Elisa al lavoro

laboratorio cucina e avremmo dovuto avviare i lavori poco dopo. **Di fronte a mesi di chiusura e all'attività d'impresa bloccata ci siamo chiesti cosa fare, però avevamo preso un impegno nei confronti dei nostri ragazzi e non potevamo venir meno.** Così durante l'estate abbiamo fatto partire i lavori e a dicembre i fornelli si sono accessi grazie al concreto supporto per l'acquisto dell'attrezzatura da parte di Banco BPM e al decisivo coinvolgimento di Fondazione San Zeno.

### **Offrire un servizio di ristorazione ai dipendenti, che valore porta all'interno dell'azienda?**

AQuest: Come ha giustamente detto Marco, trovandosi di fronte ad ulteriori mesi di chiusura, oltre a cercare modi per rimanere tutti uniti anche se in luoghi diversi, abbiamo pensato a come rafforzare il concetto di condivisione con la nostra community. Siamo i primi a riconoscere l'importanza del digitale in un mondo che ha visto una sua escalation in quest'ultimo periodo, ma non sottovalutiamo il valore aggiunto del creare momenti per rapportarsi e condividere esperienze, conoscenze, pensieri e idee. Quale posto migliore della tavola per fare tutto ciò?

A noi italiani piace mangiare, stare a tavola, è sempre stato un momento importante, che sia in famiglia o fra amici, quindi dopo il lockdown abbiamo fatto in modo di ristabilire fin da subito questo momento anche in azienda. **Rispettando le regole e tutti i protocolli di sicurezza aziendale, abbiamo ritrovato nel semplice pasto, un momento importante per il nostro team di riconnettersi, senza il bisogno di una rete wifi.**

### **Sei mesi di attività, come sta rispondendo il territorio?**

Good Food: Questo nuovo dipartimento ci ha permesso innanzitutto di ripensarci come impresa sociale. Siamo conosciuti dalle imprese veronesi per il progetto Valemour con cui si fa riferimento ad un servizio alle imprese per favorire l'inserimento lavorativo di persone con disabilità e ad una linea di accessori moda. **Oggi Valemour è un generatore di imprese in cui la moda e il food rappresentano solo due dei dipartimenti di impresa che si stanno sviluppando, tra cui la cura e la manutenzione del verde e la formazione ai temi dell'inclusione e della diversity.** Siamo quindi contenti di come Good Food ci sta facendo conoscere nuovi imprenditori che ci stanno dando fiducia. Abbiamo ancora molto da fare e possiamo crescere rispondendo alle richieste del territorio. Il laboratorio cucina, infatti, quando utilizzato a pieno regime può quadruplicare i numeri attuali ma soprattutto possiamo creare ulteriori opportunità lavorative per i nostri giovani con disabilità intellettiva.

### **Avresti un consiglio per Good Food e per gli imprenditori veronesi?**

AQuest: Sicuramente ci piacerebbe ulteriormente supportare Good Food nella diffusione del loro messaggio e della loro impresa condividendo la





nostra testimonianza nel territorio e continuando a sostenere questo o altri progetti futuri avviati da VALEMOUR.

### **Per le aziende e gli imprenditori il messaggio**

**che vogliamo condividere è di lavorare con professionisti che hanno a cuore temi come l'inclusività, la diversity e, più in generale, la responsabilità sociale delle imprese.** Spesso, questi, vengono sottovalutati o affrontati in maniera poco lungimirante, ma la verità è che arricchiscono la mentalità e la cultura all'interno dell'azienda. Essere sostenitori di questi progetti può solo che fare bene, sia alla mente, sia al business.

#### INFORMAZIONI DI CONTATTO

**VALEMOUR**  
GENERATORE D'IMPRESA

**GOOD FOOD**

Email: [goodfood@valemour.it](mailto:goodfood@valemour.it)

Tel. 045 2426071

[→ Vai al Sito](#)



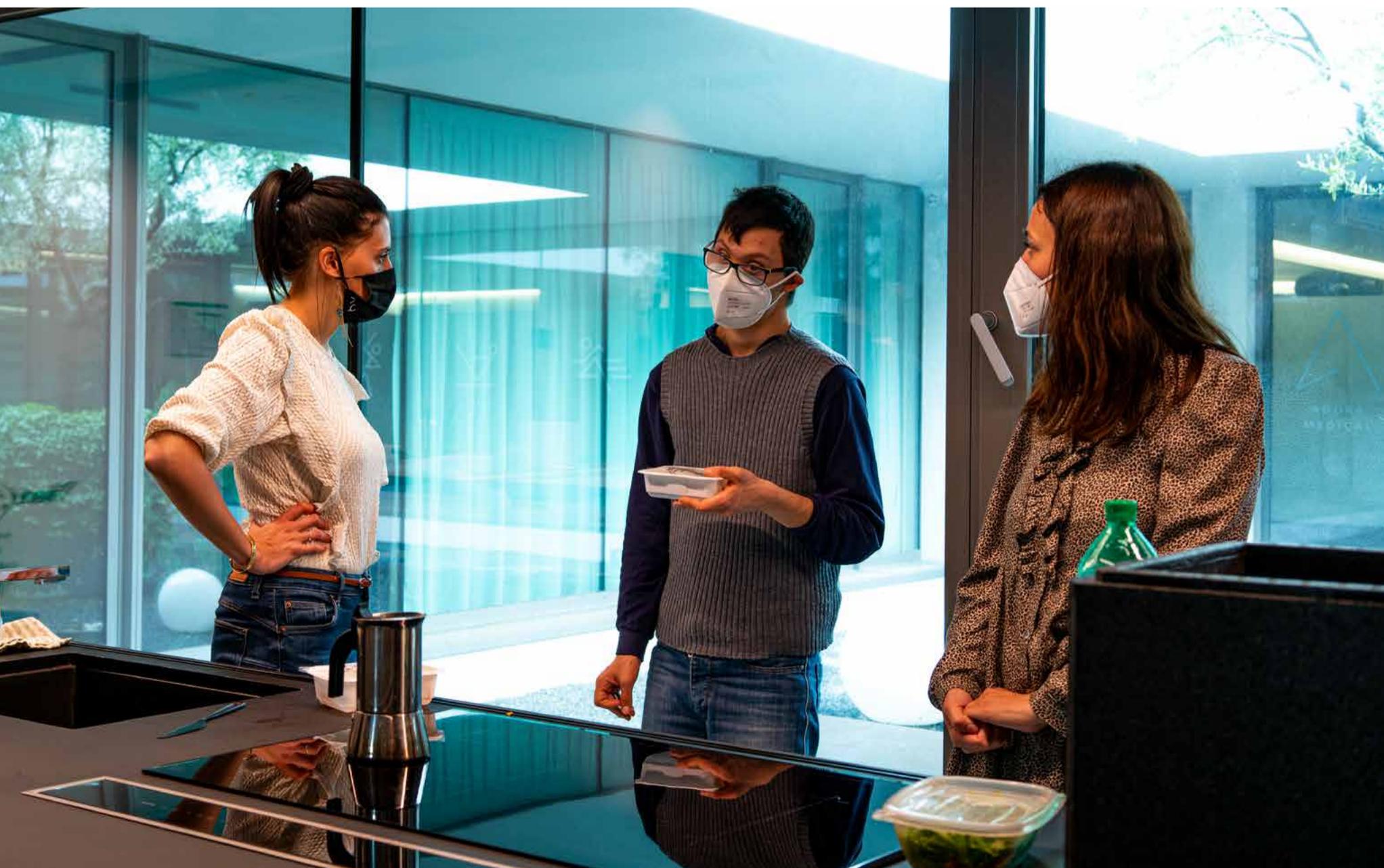
**AQuest**

Email: [info@aqest.it](mailto:info@aqest.it)

Tel. 045 875 2845

[→ Vai al Sito](#)

Andrea, Zara e Sandra in AQuest





# 25 anni di esperienza con lo spirito di una Start up

## La prossima sfida: fare strategia sui nostri prossimi 25 anni

Endes, società di organizzazione di eventi, convegni e di servizio di Hosting che opera su tutto il territorio nazionale con oltre 1.200 collaboratori, festeggia 25 anni di attività. Fondata nel 1996 per realizzare un sogno di Stefania Fazzi, oggi alla guida della Società. Nel 2020 il settore ha subito una paralisi totale ed Endes si è reinventata [ripensando il modo di organizzare gli eventi](#). Ci siamo fatti raccontare da Stefania Fazzi un po' di storia e come Endes sia riuscita a far fronte a questo difficile momento.

## Endes quest'anno compie 25 anni. Come ha inizio la vostra avventura?

Da ragazza, durante gli studi universitari, talvolta anche all'estero, mi capitava di prestare servizio come hostess. La mia propensione all'approfondimento mi portava a voler conoscere i retroscena, le modalità di organizzazione dell'evento per il quale



**Stefania Fazzi**  
Direttore Generale di Endes.





### Inaugurazione anno accademico Università di Verona

ero ingaggiata. Volevo capire tutto nel dettaglio: l'attenzione, l'impegno, lo studio del particolare, la gestione. In breve, gli ingredienti che, mixati, portavano ad un risultato eccellente. Mi ritrovai ad avere una vera e propria passione così gratificante che dopo una laurea e un corso di marketing e comunicazione decisi nel 1996, poco più che ventenne, con l'allora mia socia, di fondare Endes.

### 1996 – 2021: 25 anni non stop fino alla pandemia che ha imposto un fermo totale al vostro settore, forse il più colpito dall'emergenza sanitaria. Come ha intuito quale potesse essere la giusta strada?

Sono un'inguaribile ottimista; reinventarsi per far fronte a quanto stava accadendo è stato estremamente difficile, ma anche molto sfidante. Dopo un primo momento di sconforto ci siamo rimboccate le maniche e abbiamo cominciato ad osservare cosa facessero

gli altri e a fare cultura nel nostro mercato per spingere le aziende a provarci. Siamo riuscite a portare le imprese a fidarsi; a darci ragione il successo del primo [evento a distanza](#) che ha contato 5.000 accessi da remoto.

### Eventi di successo, ma mancanti di una parte fondamentale: il personale. Come lo avete sostenuto in questo particolare momento?

Abbiamo proseguito su questa strada organizzando eventi *digital* e, non appena possibile, *phygital* con qualche presenza. I nostri steward e le nostre hostess stavano a loro volta vivendo un momento di disorientamento; avevano già perso le occasioni di relazioni in ambito universitario (la maggior parte di loro studia) ed ora anche il lavoro veniva meno. Il nostro suggerimento è stato quello investire il tempo a disposizione per formarsi e migliorare ad esempio implementando le lingue, fondamentali nella nostra attività, o visitando virtualmente qualche museo e tornare in campo ancora più preparati di prima.

Non appena si è creata l'occasione di un evento digitale molto strutturato e organizzato a livello internazionale li abbiamo formati e coinvolti.

### Come avete comunicato la vostra presenza attiva?

Attraverso i social, [LinkedIn](#) in particolare; con le città ferme e le persone in lockdown o in smart working è stato il ponte di comunicazione che ha consentito ai nostri clienti di venire a conoscenza di tutte le attività che stavamo svolgendo. In questo modo abbiamo anche preso consapevolezza di quanta strada abbiamo percorso fino ad ora grazie anche al progetto di heritage, realizzato per il nostro anniversario, con il quale consulenti esterni, analizzando i temi macro di Endes, hanno portato all'evidenza che non abbiamo a che fare solo con il mondo museale o con la grande azienda, ma con ogni singola storia perché le aziende son fatte di persone. È emersa la nostra





attenzione al territorio, ai giovani e il nostro essere rigorose e puntuali oltre ad averci aiutato a capire come orientarci per il futuro.

### **Come vede il futuro degli eventi? Svoltata definitiva o lento ritorno a com'era prima?**

Agli eventi digitali si sono affiancati quelli phygital o ibridi. Se alcune tipologie di incontri rimarranno in modalità digitale, per altre sarà invece indispensabile la presenza; per la pianificazione del 2022 manteniamo quindi un piano B digitale o comunque

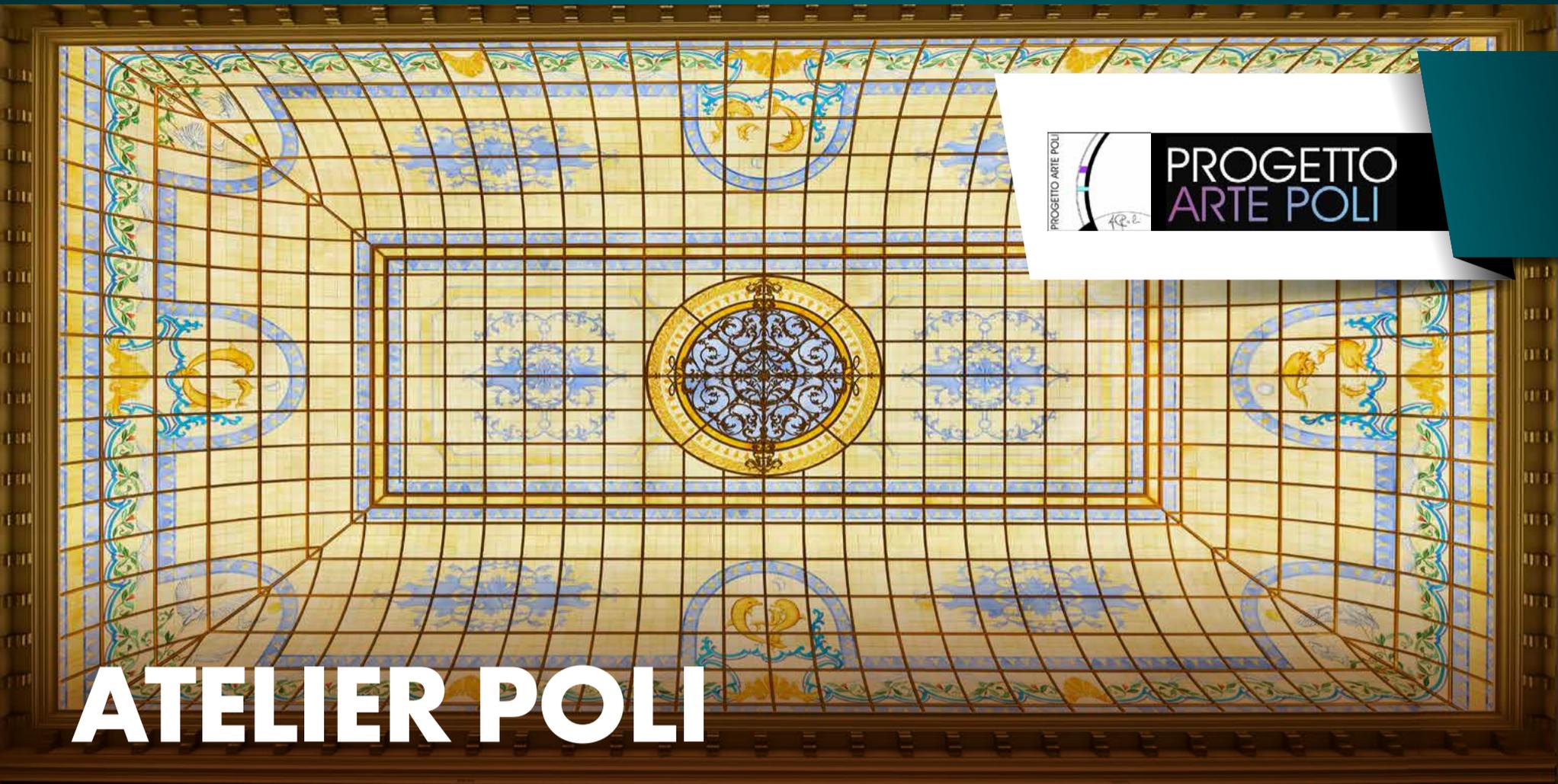
una presenza ibrida. Questi eventi, oltre ad essere più economici, sono sostenibili in quanto limitano gli spostamenti e garantiscono inoltre una più attendibile misurabilità dei risultati.

Credo si valorizzeranno sempre di più le esperienze e i contenuti, e per me è motivo di grande gioia perché da anni lavoriamo su eventi progettati su soluzioni originali ed esperienziali. Questo tanto in presenza quanto sul virtuale e questa è la vera sfida. È difficile sul virtuale, ma è possibile.

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

### **Viessmann phygital**



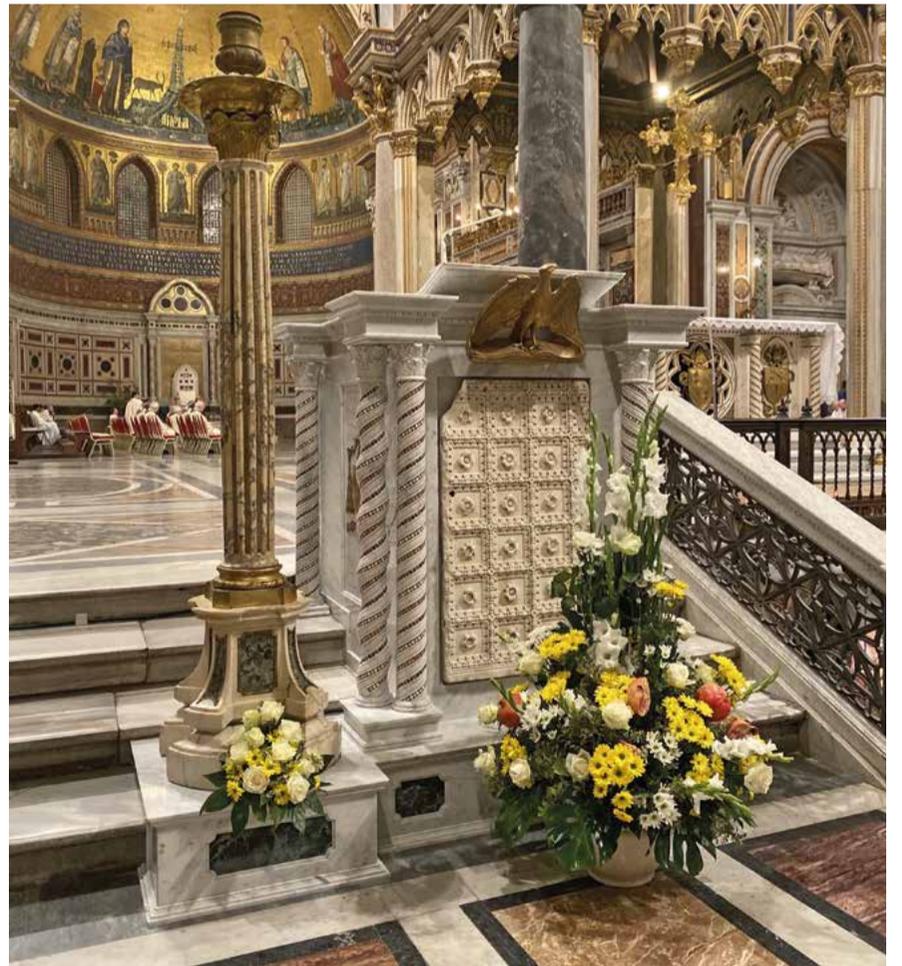


PROGETTO ARTE POLI

# ATELIER POLI

## Arte e artigianato per un nuovo Rinascimento

Progetto Arte Poli è una realtà decisamente atipica, definirla è una vera e propria impresa. Entrare in laboratorio e farsi guidare alla scoperta dei diversi reparti produttivi è necessario per rendersi conto delle capacità messe in atto dalla schiera di maestri artigiani che lavorano qui. Si entra dal reparto dell'affresco, dove enormi cartoni di ricalco sono appesi alle pareti. Sui banconi, ci sono bozzetti, pennelli e colori, a terra e sui carrelli elevatori, ci sono i maestri pittori al lavoro. Il Maestro Albano Poli lo incontriamo al reparto del vetro, il primo da lui creato nel lontano 1953 quando mise in piedi l'azienda, oggi intento a dipingere una vetrata destinata ad una chiesa negli Stati Uniti, assistito dal suo staff di maestri vetrai. I vetri soffiati a bocca, in 1500 diverse tonalità di colore sono ben ordinati come in una maestosa biblioteca e ci conducono al reparto del mosaico. Lo sguardo è catturato da una schiera di



San Giovanni in Laterano  
Roma





contenitori dove ci sono frammenti di pietre e vetro di ogni colore, pronti per essere spezzati, uno ad uno, e andare a comporre i mosaici in lavorazione. A pochi passi c'è la sala dei modelli, dove vengono creati i bozzetti delle sculture in bronzo, secondo tutta la complessa serie di passaggi richiesti dalla fusione a cera a persa, tecnica ancora oggi praticata da Progetto Arte Poli. In un'altra ala del laboratorio si lavorano il legno, il ferro battuto e gli altri metalli, si creano portoni e balaustre, elementi per l'arredo ed anche le strutture portanti per le vetrate e per ogni altra opera che lo richieda. Sembra di viaggiare nel tempo, in quell'epoca d'oro che fu il Rinascimento con il suo fiorire di botteghe e laboratori capeggiati da grandi artisti italiani.

### **Un'azienda che si ispira ad un modello rinascimentale. è un'idea affascinante ma non rischia di apparire un po' obsoleta?**

*In realtà credo che sia un modello ricco di valore, non solo sul piano produttivo ma anche sociale. C'è un generale riconoscimento delle cose fatte con cura e la comprensione che queste cose richiedono tempo, fatica e un confronto costante tra le persone che lavorano.*

Oggi però per mandare avanti la "bottega" serve una buona dose di talento imprenditoriale oltre che artistico. In sessant'anni di storia Progetto Arte Poli ha realizzato qualcosa come 2000 progetti in 62 paesi nel mondo. Eppure, qui si fa tutto a mano, esattamente come sei secoli fa.

### **Come fate a far coincidere l'artigianalità delle lavorazioni con questa dimensione produttiva?**

*Ci sono cose del processo che oggi, diversamente*

*dal passato, devono essere fatte con la massima velocità, tempestivamente. Rispondere al cliente, offrire un ventaglio sempre più ampio di alternative in fase di progettazione, essere presenti subito e sempre sono aspetti che in passato non erano così sentiti. Oggi sono importanti quanto la qualità delle realizzazioni. Il metodo di lavorazione però è rimasto completamente manuale, ed è proprio questo che fa la differenza, è la nostra forza, e credo sia il motivo che spinge a scegliere Progetto Arte Poli.*

La capacità di analisi dei contesti e la ricerca di soluzioni inedite fa parte integrante di Progetto Arte Poli, che negli anni ha costituito un gruppo di progettazione, con ingegneri, architetti e designer, che collaborano fianco a fianco con gli artigiani. Una contiguità di competenze necessaria nelle grandi opere ma evidente anche nel valore aggiunto di piccoli manufatti e realizzazioni. Esempio la recente realizzazione dell'ambone per la Basilica di San Giovanni in Laterano, che tiene insieme archeologia e futuro della liturgia, riproponendo come protagonista della struttura l'antico pluteo della Basilica Costantiniana.

Così come il grande lucernario di oltre 400 mq realizzato per il nuovo Tefang Porman Hotel di Xiamen in Cina il cui progetto è stato il risultato di un continuo e produttivo dialogo con la committenza per creare un'opera che fosse mirabile per la sua bellezza ma soprattutto per ciò che raffigura. Il disegno creato con i vetri soffiati è infatti un richiamo ai valori e ai simboli della città cinese.

### **Quali sono i progetti per il futuro?**

*Questo periodo sta mettendo tutti a dura prova ma è anche vero che proprio nei momenti di difficoltà si scoprono nuove opportunità. Nonostante la distanza*





*e le limitazioni nel muoversi stiamo affrontando nuovi progetti anche in America, Cina e Dubai ma un lavoro che mi sta particolarmente a cuore è il tavolo che stiamo realizzando su progetto dello studio Bertone Design e che verrà presentato in occasione*

*di Marmomac 2021. I progettisti di Bertone si sono ispirati alle lampade che mio padre creava negli anni '60 perciò quest'opera rappresenta una conferma dell'eccellente lavoro che abbiamo svolto negli anni con grande passione.*

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

### **Poli Albano al lavoro**



Welcome

## Nuove Associate

### Conosciamo alcune delle aziende che sono entrate in Confindustria Verona

Cresce ancora la nostra sezione trasporti e logistica grazie all'ingresso di **Avanzini Logistica S.r.l.**, società che opera nel magazzinaggio e nel trasporto di vini, e **Tirapelle Trasporti S.r.l.**, che oltre a fornire sostegno distributivo e logistico vanta un nuovo centro di 10.000 mq con spazi per surgelato e fresco.

**Campedelli Marmi S.r.l.** specializzata nella segagione di blocchi di marmo e lastre di vario spessore e **Marble & Granite Service S.r.l.** nel commercio di marmi, graniti e materiali lapidei sono i nostri recenti arrivi nella sezione marmo.

Nuovi e importanti ingressi anche per quanto riguarda il comparto agrolimentare, che diventa sempre più importante, grazie a **OP Geofur**, leader nella produzione e nel commercio del radicchio, e

il **Caseificio Ghidetti S.r.l.** con i suoi prodotti caseari di alta qualità.

Confindustria Verona dà il benvenuto a **Tuttoigiene Biancorè S.r.l.**, specializzata nel commercio all'ingrosso di prodotti per la pulizia degli ambienti, **Energy Italy S.p.A.**, operante nel settore delle energie rinnovabili, **EB Mediterranea S.r.l.**, con la sua proposta di intermediazione assicurativa, e **Informetica Consulting S.r.l.** che sviluppa e fornisce servizi informatici e telematici.

Diamo il benvenuto anche a due realtà particolari come **Heart Rock S.r.l.**, e alle sue creazioni di merchandising raffiguranti i più grandi gruppi musicali del Rock e **DD INTERNATIONAL S.r.l.s.** il programma di studio che consente il conseguimento del doppio diploma Italia - USA.





Geofur nasce negli anni '70 con la forte passione e dedizione per i frutti della terra del suo fondatore Rodolfo Furiani che avvia l'attività fino a portarla, coi primi anni '80, al salto di qualità specializzandosi nella produzione e commercializzazione del radicchio e acquisendo i primi contratti con importanti aziende della trasformazione e della GDO. Una visione che ha permesso di anticipare i tempi e dar vita a una delle più importanti filiere di questo ortaggio.



### AZIENDA OP GEOFUR

€€	<b>FATTURATO</b>	16.870.827 €
👥	<b>ADDETTI</b>	89
🏭	<b>ATTIVITÀ</b>	produzione e commercializzazione di ortofrutticoli
🏆	<b>CERTIFICAZIONI</b>	QS
🌐	<b>MERCATI</b>	Svezia, Spagna, Polonia e Francia

Oggi Geofur è infatti uno dei soci fondatori del Consorzio per la tutela e la valorizzazione del radicchio di Verona IGP oltre che uno dei maggiori player italiani del settore, con produzioni in varie zone d'Italia, dal nord al sud, in grado di garantire un prodotto sempre freschissimo, dodici mesi all'anno. Un sistema capace di integrare sotto un unico brand le diverse varietà e produzioni di radicchio venete ma non solo.



→ [Vai al Sito](#)



Ghidetti è il nostro caseificio di famiglia dal 1937. Da tre generazioni di Ghidetti produciamo formaggi tipici e DOP.

Siamo artigiani moderni, preserviamo l'arte del Saper Fare e molte delle nostre produzioni sono ancora fatte a mano secondo tradizione.

I nostri formaggi e latticini sono prodotti solo con latte fresco 100% italiano, raccolto ogni giorno presso i nostri allevamenti veneti per garantirne tracciabilità, tipicità, qualità e salubrità.



## CASEIFICIO GHIDETTI S.r.l.

	<b>FATTURATO</b>	20.000.000 €
	<b>ADDETTI</b>	34
	<b>ATTIVITÀ</b>	Produzione, stagionatura, porzionatura, confezionamento, distribuzione e vendita formaggi e latticini Italiani DOP e non DOP quali Grana Padano DOP, Provolone Valpadana DOP, Scamorza, Mozzarella Fiordilatte, Ricotta
	<b>CERTIFICAZIONI</b>	<b>BRC Global Standard for Food Safety; IFS Food;</b>
	<b>MERCATI</b>	Export verso 45 Paesi; fatturato Italia 45%, EU 24%, Nord America 11%, Est Europa 9%, Medio Oriente 6%, Asia Pacifica 6%

“ Il nostro obiettivo è essere molto flessibili per rispondere ad un mercato estremamente dinamico. Stiamo investendo nell'automazione delle linee di processo, per ottimizzare l'impiego delle risorse umane e nell'ottica di un Caseificio sempre più 4.0. ”

**Riccardo Ghidetti**

[→ Vai al Sito](#)





Il Doppio Diploma Italia-USA nasce 8 anni fa dall'incontro del direttore italiano Richard Collins e il dirigente di Academica Antonio Roca. Il Programma è presente in 11 Paesi ma l'Italia detiene il primato per la miglior media scolastica dei propri iscritti. Un percorso altamente formativo che prevede l'ottenimento del Diploma di High School USA e ha già accolto più di 3000 studenti italiani offrendo loro una preparazione di livello internazionale.

## PROGRAMMA DOPPIO DIPLOMA

	<b>FATTURATO</b>	1.570.923 €
	<b>ADDETTI</b>	6
	<b>ATTIVITÀ</b>	Formazione in lingua inglese per l'ottenimento del Diploma di High School USA
	<b>MERCATI</b>	Italia



“ Il progetto è stato reso unico dal team operativo italiano che garantisce attenzione, cura e assistenza a tutte le famiglie della community in crescita costante. L'educazione sviluppa nuove metodologie e il progetto si conferma tra le proposte più all'avanguardia nel settore educativo del Paese. ”

**Richard Collins**

[→ Vai al Sito](#)





# Digitalizzazione dei processi, digital mindset e centralità delle persone

## Una nuova sfida per il futuro delle aziende

Nuove logiche di mercato e nuovi processi aziendali prevedono nuove strategie: come comportarsi e quali atteggiamenti adottare? Si rende così necessario sviluppare il cosiddetto *"Digital mindset"*, ovvero la capacità di lavorare in maniera integrata in linea con il cambiamento tecnologico per gestire l'innovazione a livello di tutti i processi aziendali e non solo di quelli produttivi. Le risorse aziendali devono saper gestire situazioni in continua evoluzione.

A partire da questo contesto CIM&FORM, società di formazione di Confindustria Verona, ha realizzato il progetto **"Accrescere il Digital Mindset per governare persone e processi nel settore manifatturiero"**, finanziato dal Fondo Sociale Europeo (FSE) con l'obiettivo di sensibilizzare le aziende verso percorsi professionali che favoriscano l'acquisizione, l'aggiornamento e l'incremento di

competenze tecnico-specialistiche e di competenze trasversali in relazione all'adozione di nuove tecnologie. Tra le attività sono stati realizzati anche due webinar in collaborazione con Speehdub, il Digital Innovation Hub di Confindustria Verona, partner di progetto.

In particolare, il primo webinar dal titolo *"Sales Transformation - Come le tecnologie cambiano le regole del gioco nelle vendite e come vincere la sfida: essere data-driven"*, tenutosi lo scorso 26 maggio, ha avuto l'obiettivo di approfondire come la tecnologia abbia un ruolo disruptive nelle relazioni con il mercato, aprendo a nuove strategie di marketing, comunicazione e vendite. Rispetto a questi temi sono intervenuti la Prof.ssa Paola Signori del Dipartimento di Economia Aziendale dell'Università di Verona e





Paolo Errico, Presidente Comitato Piccola Industria Confindustria Veneto, CEO Maxfone srl. Nuove dinamiche di mercato convergono verso l'obiettivo di un continuo **miglioramento della customer experience** e dello sviluppo di relazioni sempre più multicanale per superare la logica della mera promozione di prodotti e servizi. Serve pertanto un **approccio «data-driven»** al business per prendere decisioni consapevoli e anticipare il futuro. In questo contesto, il ruolo delle piattaforme tecnologiche è cruciale, ma lo è ancor di più l'approccio organizzativo. Occorre rompere i silos che dividono il marketing tradizionale da quello digitale, gestire i canali online come supporto all'intero ciclo di vendita, dal pre-sales fino all'assistenza clienti, lavorando insieme per un obiettivo comune. Servono naturalmente **competenze nuove** per creare un **mindset digitale** nelle persone che rappresenti un nuovo humus su cui innestare il marketing moderno.

*“Le aziende oggi, per avere un vantaggio competitivo, necessitano di dotarsi di modelli e soluzioni per gestire gli enormi flussi di informazioni e comunicazioni che provengono dai Social Media per tracciare istantaneamente tutto quel che si dice di un determinato brand: chi ne parla, come ne parla, quali sono le keywords maggiormente utilizzate” commenta Paolo Errico che prosegue: “come azienda abbiamo sviluppato un tool che va in questa direzione, “Social Meter Analysis”, infatti, ci dà la capacità di “ascoltare” il mondo dei social network rendendo il nostro cliente un osservatore privilegiato delle migliaia di comunicazioni, comportamenti e dei trend che si sviluppano nella rete, e tutto questo in diretta senza dover analizzare montagne di “big data” del passato”.*

A differenza di molte mode tecnologiche, infatti, i Big Data non sono un trend ma una necessità gestionale. E lo sono per qualsiasi tipo di organizzazione. Insomma, un nuovo modello di business fondato su conoscenza

delle reazioni dei mercati e sulla percezione che questi hanno dei brand, predittività e identificazione dei fattori chiave che muovono le persone ad acquistare servizi e prodotti.

Il secondo focus, dal titolo *“L'innovazione digitale nel processo HR - Strumenti e pratiche di una gestione smart”*, tenutosi lo scorso 9 giugno, è stato invece dedicato a presentare le opportunità e le sfide che le nuove tecnologie offrono nel campo della gestione delle risorse umane.

Infatti, la trasformazione del mondo del lavoro nonché la sua digitalizzazione, riguarda temi in cui è pienamente coinvolta la funzione HR. Il cambiamento è sia tecnologico che organizzativo: per questo si parla anche di **HR Digital Transformation**.

A partire da queste considerazioni il webinar ha previsto due sessioni. La prima dedicata all'analisi di scenario con gli interventi della dott.ssa Chiara Tamma dell'**Osservatorio HR Innovation Practice del Politecnico di Milano** che, attraverso i risultati dell'ultima ricerca *“Obiettivi e Sfide della Direzione HR nel 2021”* ha messo in luce le principali sfide della direzione HR: potenziamento del lavoro smart, riqualificazione della forza lavoro, sviluppo di cultura e competenze digitali, aumento dell'engagement. A queste si aggiungono la necessità di introdurre tecnologie abilitanti, stili di leadership adeguati e un cambiamento della cultura organizzativa nei diversi processi HR (Talent attraction, formazione e sviluppo, performance management e gestione carriere).

A seguire Alberto Gaiga, CEO di **Intesys Srl**, che ha portato la sua esperienza sul tema del cambiamento della gestione delle relazioni in azienda attraverso i canali digitali. In particolare, nella miriade di strumenti disponibili **la intranet diventa l'hub strategico** in cui integrare i molteplici tool per favorirne l'accesso in modo agevole, coordinare i dipendenti, facilitare la collaborazione e garantire costantemente l'informazione, anche da remoto.





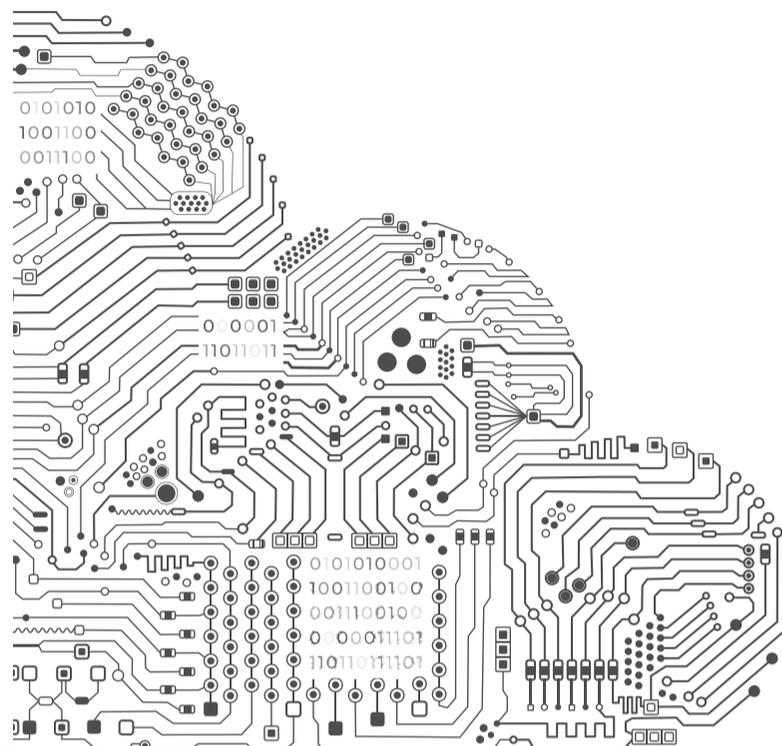
“Una intranet moderna o Digital Workplace rappresenta un importante **alleato strategico** per le aziende che vogliono stare al passo con l’**evoluzione dei modelli di lavoro**, favorendo le performance del business sia nei nuovi scenari dell’operatività ordinaria, sia in situazioni straordinarie, come l’attuale emergenza che porta ad ampliare la prospettiva verso **un nuovo paradigma** di maggiore autonomia e libertà di gestione dei propri obiettivi lavorativi”.

Nella seconda sessione sono state infine presentate alcune best practices di aziende che hanno implementato progettualità innovative e di successo in ambito HR. Sono intervenuti Nicola Bresciani, Responsabile Direzione Risorse Umane di **Manni Group Spa** e Luca Faccioli, Direttore Sistemi Informativi di **Pastificio Rana Spa** che hanno parlato di come gli strumenti digitali favoriscono la diffusione di valori aziendali, una maggiore personalizzazione e la motivazione dei collaboratori, fondamentale per la competitività dell’azienda. Temi di lavoro

- **la necessità di inserire nuove competenze** per allineare il know-how aziendale ai trend di mercato, favorendo lo sviluppo e la diffusione della cultura digitale;
- **la spinta ad innovare e digitalizzare i processi** e le procedure di lavoro all’interno dell’organizzazione aziendale;
- **il bisogno di adottare nuovi strumenti tecnologici** a supporto dei processi di gestione delle risorse umane, per abilitare e allo stesso tempo gestire le nuove dinamiche.

Trasformare l’organizzazione aziendale in un’ottica smart riguarda pertanto non solo la digitalizzazione degli strumenti di lavoro, ma anche il cambiamento nei processi HR e nei percorsi di crescita all’interno dell’azienda, mettendo al centro le competenze che saranno più importanti nei prossimi anni. CIM&FORM, società di formazione di Confindustria Verona ha avviato la nuova **“HR Management Academy per l’Alta formazione sulla gestione delle persone”** a sostegno delle imprese nel cambiamento.





## Ne abbiamo fatta di strada insieme a te, Verona.

**Vecomp compie 40 anni. Dal 1981 PMI e studi professionali veronesi contano su di noi come partner informatico che mette al primo posto la relazione con la persona nel momento del cambiamento.**

Perché computer e software sono solo strumenti, e noi crediamo che a fare la differenza sia il prendersi cura delle persone quando devono affrontare delle scelte e cambiare il modo di lavorare. Ecco perché i nostri consulenti informatici sono sia tecnici che estremamente umani: il loro lavoro è prendere per mano i clienti fino a renderli autonomi nell'uso delle nuove tecnologie.

La crescita della nostra azienda è profondamente legata a quella della nostra città, Verona. Se dopo 40 anni siamo ancora qui, è perché questo matrimonio è basato sulla dedizione e sulla cura. E da domani? Se prima eravamo pieni di entusiasmo ed energia, già da oggi lo siamo ancora di più.

**40**  
**vecomp**



# Horizon Europe

## Al via il nuovo Programma Quadro per il finanziamento alla R&I in Europa

Con qualche ritardo, dovuto alla definizione del budget e alla disputa sull'accesso dei Paesi Terzi (Svizzera, Regno Unito e Israele), ha preso finalmente il via Horizon Europe, il nuovo Programma Quadro europeo per la R&I che coprirà il settennio 2021-2027.

La sua ricca dotazione finanziaria da **95,5 miliardi di Euro** (90,1 provenienti dal tradizionale bilancio comune e 5,4 dallo strumento di ripresa Next Generation EU), segna un incremento in termini reali del 24% rispetto a Horizon 2020, il programma precedente, e rappresenta il 9% del budget totale dell'Unione.

I temi di Horizon Europe coprono l'ampio spettro del **sapere scientifico e tecnologico**, ma è di fondamentale importanza sottolineare che questo

Programma ha **inglobato coerentemente gli obiettivi e gli strumenti per affrontare le grandi sfide di oggi** e per generare le nuove conoscenze di cui avremo bisogno domani.

La genesi del 9° Programma Quadro è stata anomala, è infatti nato a cavallo di due diversi mandati della Commissione europea (Junker e Von der Leyen), e ha subito una accelerazione e forte caratterizzazione con gli orientamenti politici espressi nel manifesto di insediamento di Ursula Von der Leyen, aggiornati nel maggio 2020 alla luce della crisi pandemica, con il Piano di Ripresa. Confermando la priorità della **doppia transizione verde e digitale**, il rilancio europeo deve mantenersi ancorato alle **sfide dello sviluppo sostenibile (Green Deal) e della trasformazione digitale** e, in aggiunta,





contribuire a rafforzare **l'autonomia strategica dell'Europa** in vari settori specifici, essere **basato sui diritti fondamentali e sul totale rispetto dello stato di diritto**, e provvedere a **ricostruire la leadership dell'Unione nel mondo**.

Horizon Europe è dunque chiamato a dare risposta su questi obiettivi attraverso il finanziamento di proposte progettuali ambiziose e di impatto tangibile, non solo in termini scientifici, ma anche sociali.

Venendo **alla struttura del Programma**, essa solo apparentemente richiama il suo predecessore, Horizon 2020. Torna infatti l'articolazione in **tre pilastri**, dove il primo, sostanzialmente invariato, è dedicato alla ricerca di base; nel **secondo pilastro, quello di maggiore interesse per le imprese**, sono concentrate le azioni orientate all'impatto declinandolo per settori di intervento (Cluster); il terzo pilastro dove la novità principale è l'istituzione dell'European Innovation Council per stimolare la trasformazione di conoscenza in innovazione.

Guardando più nel dettaglio i Cluster del Pilastro 2, le imprese, siano esse PMI o grandi imprese, possono trovare interessanti opportunità nell'ambito del Cluster 4, 5 e 6.

Con un budget di **15.3 mld di euro** nei sette anni di programmazione, il **Cluster 4 è dedicato al digitale, industria e spazio** e ha l'ambizione di sostenere la sovranità tecnologica europea nelle tecnologie abilitanti, i processi produttivi, la digitalizzazione e le tecnologie spaziali, lungo la catena del valore, al fine di favorire la sostenibilità dell'industria europea.

Le aree di intervento del Cluster 4 sono: tecnologie produttive; materiali avanzati; internet di prossima generazione; industrie circolari; spazio, tecnologie abilitanti emergenti; tecnologie digitali fondamentali; intelligenza artificiale e robotica; calcolo avanzato e big data; industria a basse emissioni di CO<sub>2</sub>; tecnologie abilitanti emergenti.



Il **Cluster 5 (15.1 mld di euro)**, è dedicato **al clima, energia e mobilità** e si prefigge di **accelerare la transizione energetica e digitale**. Le aree di intervento del Cluster 5 sono: soluzioni climatiche; rifornimento energetico; sistemi energetici e reti; edifici e strutture industriali in transizione energetica; comunità e città; competitività industriale nei trasporti; trasporti puliti, sicuri e accessibili e mobilità; mobilità intelligente; accumulo di energia. L'Europa mira a rendere i **sistemi energetici e di mobilità più sostenibili, intelligenti, sicuri, resilienti, inclusivi, competitivi ed efficienti**. Infine, il **Cluster 6 (8.95 mld di euro) Prodotti alimentari, Bioeconomia, Risorse Naturali, Agricoltura e Ambiente** è volto a **migliorare e bilanciare gli obiettivi ambientali, sociali ed economici per impostare le attività economiche verso la sostenibilità**. Alla base di questo Cluster vi è quindi la necessità di un cambiamento trasformativo dell'economia e della società dell'UE volto a **ridurre il degrado ambientale, arrestare e invertire il declino**





**della biodiversità, gestire meglio le risorse naturali e garantire cibo e acqua in sicurezza.**

Horizon Europe dunque finanzia attività di ricerca e innovazione – o attività di sostegno a R&I – attraverso inviti a presentare proposte (*call for proposals*) per sviluppare **progetti europei collaborativi di alto livello che coinvolgono soggetti diversi** (università, centri di ricerca, imprese, enti pubblici ed enti non governativi..) **secondo un programma di lavoro (Work Programme) biennale nel quale sono definiti gli obiettivi dei bandi, i temi, il budget e le scadenze.**

Per le imprese che si avvicinano per la prima volta al tema dei finanziamenti di Horizon Europe, **Confindustria Verona offre alle proprie associate la possibilità di elaborare un**

**piano personalizzato di posizionamento della strategia aziendale di R&I rispetto agli obiettivi europei di sviluppo**, disponendo così di una guida alla comprensione del Programma e dei bandi in uscita.

Sempre su richiesta e per le aziende associate, sono inoltre disponibili le **Schede di approfondimento in italiano dei Programmi di Lavoro (WP)** dei Cluster 4, 5 e 6 redatte dalla Delegazione di Bruxelles di Confindustria.

#### PER INFORMAZIONI

Ufficio Internazionalizzazione, Europa e Trasporti

E-mail: [estero@confindustria.vr.it](mailto:estero@confindustria.vr.it)

Tel.: 045 8099447





# Scenari europei

## Aggiornamento mensile sui principali temi trattati in Europa di interesse per le imprese italiane

Col sostanzioso pacchetto di risorse introdotto per far fronte alla pandemia e al cambiamento climatico, l'Unione europea ha avviato una serie di programmi di finanziamento di impatto significativo per il mondo delle imprese.

La delicata fase economica che il nostro Paese sta attraversando richiede infatti risposte che sempre più spesso vedono la luce in ambito comunitario.

Le informazioni che ci giungono dagli organi di stampa sono **numerose e frammentate** e spesso si fa fatica a comprendere a quale punto dell'iter legislativo esse si collocano, distinguendo tra proposte legislative, stadi di discussione parlamentare, approvazione

definitiva e applicazione nazionale. Nasce così **Scenari Europei**, un nuovo strumento che consente mensilmente alle imprese di **fare il punto in modo agile e sintetico sui principali temi trattati in Europa di significativo impatto per le imprese italiane**.

Partendo dalla Rassegna Stampa quotidiana proveniente dalla Delegazione europea di Confindustria, vengono sezionate le principali novità, i temi caldi e i più importanti dossier in discussione a livello europeo al fine di consentire alle imprese di cogliere le opportunità che arrivano dall'UE e aiutarle a comprendere meglio i trend comunitari e le indicazioni strategiche di Bruxelles.





Scenari Europei è una [sezione dedicata del sito di Confindustria Verona](#) delle aziende associate per la consultazione e il cui aggiornamento è evidenziato all'inizio del mese sulla newsletter dell'Associazione.





# Sostenibilità ambientale e digital transformation

## È questa la chiave del successo?

La quarta rivoluzione industriale, iniziata ormai più di dieci anni fa, ha senz'altro trasformato il modo di fare impresa, dalla produzione alla gestione della supply chain fino alla gestione del capitale umano ma, nonostante ciò, la velocità con cui il mondo potrebbe convertirsi alla quarta rivoluzione industriale risulta ancora incerta, come lo sono i contributi ambientali positivi indotti dalle tecnologie digitali. Infatti, la maggior parte degli effetti indiretti rimangono difficili da quantificare; tra le diverse ragioni: la limitazione legata ad alcuni particolari beni e servizi che per loro natura non possono essere completamente digitalizzati, il fatto che alcuni guadagni in produttività ed efficienza tendano ad essere lenti nel manifestarsi in molti sistemi tecnologici ed infine dalla possibile coesistenza dei beni e servizi "materiali", soprattutto nel periodo di transizione verso la tecnologia digitale intelligente. Numerosi studi concludono che gli effetti netti legati alla presenza nelle organizzazioni e nelle realtà di consumo delle tecnologie digitali sono

positivi, ovvero contribuiscono alla riduzione delle emissioni inquinanti e all'utilizzo delle risorse. Secondo Global e-Sustainability Initiative, l'applicazione su scala globale delle tecnologie di informatica e telecomunicazione (ICT) potrebbe evitare fino al 20% delle emissioni annuali di gas serra entro il 2030 (effetto indiretto), quando il settore dell'ICT causerà circa il 2 per cento delle emissioni globali di gas inquinanti (effetto diretto). La fabbrica 4.0 ha la potenzialità di creare un valore industriale eco-sostenibile grazie all'allocazione efficiente di risorse quali l'acqua, l'energia, materiali e prodotti, anche grazie all'utilizzo di intra-piattaforme intelligenti che operano lungo la catena di creazione del valore (supply chain).

Parte della letteratura sostiene che le innovazioni tecnologiche e le conseguenti applicazioni aziendali, come l'Industrial IoT, l'intelligenza artificiale, il Cloud Computing o l'integrazione orizzontale e verticale

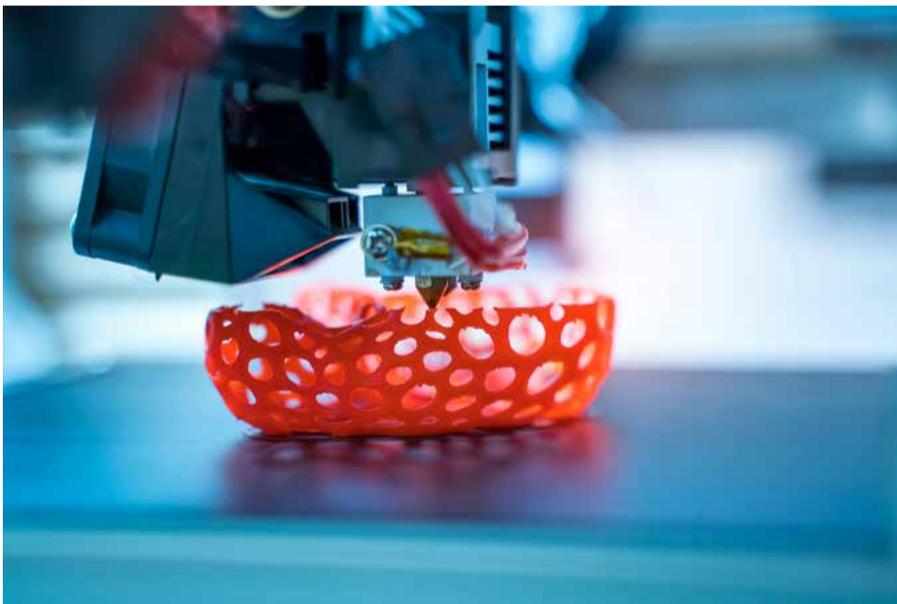




permessa dalla trasparenza nelle interconnessioni, abbiano caratteristiche tali da poter originare modelli di business innovativi che potranno guidare la transizione futura nel modo internazionale di fare impresa, demolendo i modelli precedenti.

Ma proviamo ora a vedere quali sono le relazioni e i circoli virtuosi che le tecnologie digitali possono abilitare in ottica sostenibile.

L'interconnessione diretta dei dati tra i prodotti e i processi può migliorare il design produttivo, incrementando l'efficienza nella gestione dell'intero ciclo di vita del prodotto, grazie alla raccolta e all'elaborazione automatica dei dati. Infatti, le informazioni possono essere utilizzate per migliorare in modo dinamico la qualità dei prodotti e servizi offerti sul mercato. Da queste caratteristiche derivano importanti sviluppi conseguenti ad aumenti dell'efficienza, di riduzione dei tempi, dei costi e della lunghezza dei cicli di vita degli stessi. L'ottimizzazione può riguardare anche notevoli tagli nelle emissioni di gas serra, grazie alla riduzione dei consumi e degli sprechi.



Le tecniche di produzione innovative, come l'additive manufacturing o stampa 3D, possono aiutare a ridurre gli sprechi legati alla produzione e alla logistica. La trasparenza dei processi e dei fattori legati alla domanda consente la programmazione intelligente

delle attività industriali, nell'ottica di aumentare l'efficienza durante l'uso e la produzione delle risorse, essa inoltre permette di fornire delle analisi molto dettagliate sulla loro impronta ecologica. Questi report sono in grado di consentire alle imprese di compiere scelte strategiche o operative più ponderate e precise, grazie alla migliore conoscenza dei fenomeni.



Ancora, l'interconnessione orizzontale e verticale tra imprese, fabbriche, fornitori, reti logistiche, risorse e consumatori permette importanti riduzioni dei costi, dell'inquinamento, delle emissioni di CO2 e un utilizzo ridotto delle materie prime, grazie alla comunicazione in tempo reale; ne deriva un'ottimizzazione intelligente dell'interazione tra diversi dispositivi (IoT) connessi ai diversi processi dei diversi soggetti economici. Un'ulteriore caratteristica chiave deriva dalla possibilità delle imprese di adattare la produzione e la progettazione dei prodotti per aderire ai precisi bisogni espressi dal mercato, in termini di preferenze e di disponibilità di prezzo, aumentando l'efficienza ambientale e riducendo gli sprechi legati ai minori prodotti che rimangono invenduti. Inoltre, grazie all'interconnessione verticale permessa dalla condivisione in tempo reale dei dati (es. Cloud o IIoT), le aziende e i consumatori possono collaborare, costituendo partnership interindustriali, creando





unitamente prodotti e servizi che corrispondono agli specifici bisogni di determinati segmenti del mercato. L'efficienza nell'utilizzo dell'energia elettrica negli ambiti industriali può aumentare per effetto delle misurazioni in tempo reale permessa dalla strumentistica intelligente, queste ultime possono permettere, per esempio, di evitare di consumare elettricità durante le ore di picco. La mancanza di comprensione del comportamento di consumo energetico (quando, dove, perché e come) costituisce il motivo principale della difficoltà di valutare e migliorare l'efficienza energetica delle fabbriche. Queste incertezze riguardano il momento in cui l'energia è consumata, il luogo, gli utilizzi e le applicazioni concrete (per

esempio, se essa viene dispersa). Un modo innovativo di prendere coscienza in merito a questo fenomeno riguarda l'ottenere in tempo reale dati e informazioni da sensori, parametri, misuratori e altri strumenti, al fine di incorporare quanto raccolto nei modelli di gestione della produzione. Ne deriva la possibilità di permettere al management dell'impresa di avere una chiara visione del consumo in dettaglio e in tempo reale.

In definitiva, provando a dare una risposta alla domanda iniziale, non si può che pensare alla digital transformation come un'opportunità per rispondere alle urgenti questioni ambientali.



# Esportare la Dolce Vita

## Bello e ben fatto: il potenziale del Made in Italy nel panorama internazionale che cambia

**La pandemia da Covid-19 fa accelerare i cambiamenti in corso...** La crisi da Covid-19 ha avuto un effetto propulsivo sulle tendenze in atto, provocando un salto di velocità nelle trasformazioni sociali e, di riflesso, dell'economia (Grafico A). La crisi e i piani di ripresa predisposti potrebbero per esempio spingere verso una riallocazione delle risorse produttive tra settori. Da un lato, la crisi ha colpito più duramente alcuni comparti (si pensi, ad esempio, a tutte le attività legate al turismo), che probabilmente avranno bisogno di più tempo per ripartire. Dall'altro, i nuovi trend hanno rappresentato un vero e proprio vantaggio per alcune branche di attività (in primis tutte quelle svolgibili da remoto e senza contatto fisico).

Grafico A. Le tendenze accelerate dalla pandemia



**... soprattutto per l'ulteriore spinta alla digitalizzazione.** Vendite online, stoccaggio sempre più massivo di informazioni su piattaforme





digitali, riduzione degli spostamenti fisici delle persone, affiancamento dei social media ai mass media sono alcuni dei fenomeni che, da oltre 25 anni e sempre più rapidamente, continuano a crescere d'intensità e di importanza, ponendo sfide inedite a modelli di produzione e di vendita. In primo luogo, diviene cruciale la rapidità di adattamento richiesta come fattore di resilienza per continuare ad operare sui mercati internazionali. Il cambiamento tecnologico ha fatto anche emergere giganti del web che operano su scala globale con posizioni di rendita oligopolistiche difficilmente scalfibili, almeno nell'immediato, da altri operatori economici.

### **La pandemia ha fornito ulteriore impulso ai cambiamenti negli equilibri sullo scacchiere internazionale.**

La forza e la resilienza della Cina e del suo modello di sviluppo sono emerse in modo definitivo ed inequivocabile: prima ad essere colpita dalla pandemia, è stata l'unica tra le grandi economie mondiali a crescere nel 2020, guadagnando ancor più peso relativo nell'economia mondiale. Questo dopo che nell'ultimo quinquennio era venuta fuori anche la forte competenza tecnologica e digitale dietro il successo della manifattura cinese, che si prepara ad occupare un ruolo centrale nell'area di scambio e investimenti più grande del mondo, istituita con il Regional Comprehensive Economic Partnership (RCEP).

## **GLI EFFETTI DELLA PANDEMIA NON HANNO RISPARMIATO IL BBF**

Seppure non colpiti così duramente come alcuni comparti dei servizi (come Turismo e Ristorazione), i beni finali di consumo belli e ben fatti (BBF) hanno subito pesanti ripercussioni. I settori legati alla Moda sono stati tra quelli che più hanno sopportato sia gli effetti diretti (chiusura ripetuta delle attività commerciali

collegate, stop delle fiere in presenza e criticità legate alle trasferte), sia indiretti (condizionamenti alla mobilità e alla socialità) dovuti al cambio di abitudini conseguenti alla pandemia da Covid-19. Inoltre, l'elevata incertezza e il rallentamento generalizzato della domanda mondiale non hanno di certo giovato all'export dei beni finali di consumo nel suo complesso, seppure sorprende come alcune eccellenze del made in Italy abbiano continuato a crescere anche nel 2020, come ad esempio la Nautica, mostratasi particolarmente resiliente.

## **IL BBF CONTINUA AD ESSERE LEVA DI COMPETITIVITÀ PER IL MADE IN ITALY**

La facilità di riconoscere l'italianità come caratteristica di un prodotto e di apprezzarla si è affermata nel tempo in tutto il mondo, motivo per cui i consumatori sono disposti a riconoscere un valore superiore a un bene made in Italy e a pagare di più per averlo, preferendolo ai competitor. Il BBF e i suoi tratti distintivi sono la bandiera dell'italianità nel mondo. Il BBF racchiude in sé tutti quei beni che rappresentano l'eccellenza italiana in termini di design, cura nei dettagli, qualità dei materiali e delle lavorazioni. Si tratta di prodotti di elevata qualità che si distribuiscono in tutti i comparti produttivi, ma che trovano la loro massima espressione nelle produzioni maggiormente legate al gusto e alla creatività. Da questo punto di vista, il BBF è l'espressione più facilmente riconoscibile del made in Italy, riprendendo i tratti più caratteristici dell'heritage culturale dell'Italia, delle sue tradizioni, dei suoi paesaggi e delle opere d'arte, contribuendo a comporre l'immagine dell'Italia produttiva (Grafico B). In questo senso il "bello e ben fatto", oltre a rappresentare una quota importante dell'export italiano nel mondo, fa da volano a tutte le esportazioni italiane, avendo un valore non solo economico, ma anche immateriale.





**Grafico B. "Bello e ben fatto": quali sono i tratti distintivi?**



**La qualità resta la chiave per svertare in un contesto sempre più competitivo.**

A difendere i beni BBF dalla durissima concorrenza sui prezzi da parte dei concorrenti (basti pensare alla forza d'urto delle esportazioni cinesi) è l'elemento qualitativo distintivo, che li colloca in un ambito di mercato diverso rispetto ad altri beni formalmente classificati nelle medesime categorie merceologiche. Si tratta, infatti, di prodotti che in molti casi fanno mercato a sé, collocandosi in ambiti in cui opera un numero ridotto di concorrenti, per lo più ubicati in paesi avanzati con strutture di

**Grafico C. I mercati di sbocco per il BBF - (Esportazioni di beni in dollari correnti, quote %, media 2017-2019)**



Fonte: elaborazioni Centro Studi Confindustria su dati UN-Comtrade.

costo simili a quelle italiane. In questo senso, i beni BBF esportati dall'Italia (caratterizzati dall'orientamento a un consumatore evoluto, dall'attenzione alla qualità e dal

trasferimento di un valore emozionale) competono con quelli prodotti dai concorrenti più sviluppati, operando in nicchie protette da paesi che presentano un livello dei costi minore.

**IL BELLO E BEN FATTO (BBF) VALE 135 MILIARDI DI EURO**

Il BBF rappresenta una parte consistente delle esportazioni complessive dell'Italia ed è trasversale a tutti i principali comparti dal made in Italy, seppure in maniera più marcata nei settori afferenti alle "3F" di Fashion, Food e Furniture. Le eccellenze italiane si dirigono prevalentemente verso i mercati avanzati, che insieme ne assorbono circa 114 miliardi di euro. Ammonta invece a oltre 20 miliardi di euro il quantitativo di eccellenze esportato verso i paesi emergenti che, per il loro dinamismo (sia sul piano demografico che su quello economico), e nonostante il loro peso ancora limitato, offrono margini di crescita relativamente maggiori, a fronte comunque di rischi più elevati. Il Grafico C offre a colpo d'occhio la distribuzione geografica del BBF nel mondo.

**C'è un margine potenziale di incremento delle esportazioni pari a 82 miliardi di euro.**

L'analisi contenuta nel Rapporto consente di ottenere una misura del potenziale di mercato dell'Italia nell'ambito del BBF, rispetto alla quale valutare il margine di miglioramento delle posizioni fin qui acquisite. Il potenziale è calcolato valutando il possibile ampliamento delle attuali quote di mercato rispetto a quelle dei concorrenti che, per struttura dei costi di produzione e qualità dei prodotti esportati, hanno caratteristiche simili a quelle dell'Italia. Il potenziale si ripartisce per oltre tre quarti nei paesi avanzati (62 miliardi di euro) e per la restante parte negli emergenti (20 miliardi di euro).





## PAESI AVANZATI ED EMERGENTI PONGONO SFIDE DIVERSE

I paesi avanzati rappresentano mercati più grandi e domandano con maggiore intensità i beni del BBF (il loro reddito pro-capite è più alto). Le economie mature di tali paesi hanno, però, trend demografici ed economici relativamente lenti e la crescita si ottiene cercando di erodere quote ai concorrenti o, alternativamente, non perdendone: in contesti di ampi volumi, anche tassi di crescita poco elevati possono rappresentare un grande guadagno e una forte espansione per le imprese, soprattutto se di dimensioni piccole o medie.

### La maggiore dinamicità degli emergenti è legata alla spiccata crescita della classe media benestante.

Il BBF, per sua natura, si rivolge ad una fascia di consumatori abbienti, già numerosa ma in lenta crescita nei mercati avanzati e più ridotta ma in forte crescita negli emergenti. L'Asia è l'area geografica dove la classe media benestante si sta diffondendo più rapidamente, trainata soprattutto dalla Cina con uno stock di oltre 265 milioni di cittadini con redditi e standard di consumo in linea con quelli dei paesi avanzati nel 2020; questo numero potrebbe crescere di altri 70 milioni di unità da qui al 2025. In India lo stock dei nuovi ricchi è relativamente basso come incidenza sulla popolazione, ma è in forte crescita (quasi 30 milioni in più al 2025). Thailandia, Vietnam e Malaysia contano insieme per altri 35 milioni di individui ascrivibili alla classe media benestante. Altri mercati in cui è presente una ragguardevole classe media benestante sono la Russia (50 milioni), il Brasile (42) e la Turchia (30).

### Una panoramica dei principali mercati per potenziale.

La realizzazione effettiva del potenziale passa attraverso la penetrazione commerciale nei paesi e nei comparti dove i margini di crescita sono maggiori. Sono partite giocate in campi e con avversari diversi, che di volta in volta cambiano a seconda delle

aree geografiche e dei settori da presidiare. L'idea è quella di offrire un quadro su quali siano le partite che valga la pena affrontare e il tipo di concorrenza con cui sia necessario misurarsi.

Un quadro sintetico della questione è illustrato nella Tabella A, che mostra, per i primi cinque mercati avanzati e i primi cinque emergenti in termini di potenziale, quali sono i settori che contano di più e quali i principali concorrenti dell'Italia in quei mercati specifici.

A fare da volano alle esportazioni nei paesi avanzati è la forte condivisione di gusti e standard che riflettono una sostanziale affinità dei contesti culturali. Si tratta anche dei principali paesi con cui l'Italia tesse relazioni economiche, politiche e strategiche, e con cui i legami geoeconomici sono particolarmente stringenti. I paesi più importanti sono Stati Uniti (15,5 miliardi di euro), Germania (5,2 miliardi) e Francia (4,4 miliardi). Tra le economie emergenti i mercati principali sono Cina (3,9 miliardi di euro), Emirati Arabi Uniti (3,2 miliardi) e Russia (1,3).

**Tabella A - I paesi a più alto potenziale per il BBF italiano\***

(Ranking dei primi 5 paesi avanzati e dei primi 5 paesi emergenti secondo il potenziale di export dell'Italia in miliardi di euro)

Paese	Potenziale sfruttabile	Principali settori	Principali concorrenti per paese/settore
<b>PRIMI CINQUE PAESI AVANZATI</b>			
USA	15,5	Veicoli a motore Chimica, farmaceutica e cosmetica Legno e arredo Abbigliamento e tessile casa	Regno Unito, Paesi Bassi, Cina India, Francia, Cina Cina, India, Polonia Cina, India, Vietnam
Germania	5,2	Alimentare Abbigliamento e tessile casa	Spagna, Francia, Polonia Cina, Polonia, Vietnam
Francia	4,4	Veicoli a motore Alimentare	Spagna, Regno Unito, USA Spagna, Germania, Paesi Bassi
Regno Unito	4,0	Alimentare Gioielleria-oreficeria	Francia, Spagna, Danimarca India, Francia, USA
Corea del Sud	3,4	Veicoli a motore Legno e arredo Ceramica	Giappone, Regno Unito, Francia Cina, Vietnam, India Cina, Francia, Giappone
<b>PRIMI CINQUE PAESI EMERGENTI</b>			
Cina	3,9	Veicoli a motore Chimica, farmaceutica e cosmetica Alimentare Bevande	Regno Unito, Finlandia, Spagna Belgio, Francia, Regno Unito Nuova Zelanda, Spagna, USA Spagna, Francia, Regno Unito
Emirati Arabi Uniti	3,2	Gioielleria-oreficeria Veicoli a motore	India, Hong Kong, Corea del Sud Regno Unito, Romania, India
Russia	1,3	Chimica, farmaceutica e cosmetica Abbigliamento e tessile casa	Belgio, Francia, Regno Unito Cina, Germania, Vietnam
Arabia Saudita	1,0	Abbigliamento e tessile casa Pelletteria	India, Spagna, Cina Cina, Thailandia, USA
Messico	0,8	Alimentare Legno e arredo	Spagna, USA, Belgio Cina, Spagna, USA

\* Il potenziale e l'individuazione dei principali concorrenti per mercato vengono effettuati secondo la metodologia Export Potential Analysis and Development (ExpAnD) della Fondazione Manlio Masi, che è stata sviluppata da Tullio Buccellato ed Enrico Marvasi in un progetto di ricerca avviato nel 2012 e coordinato da Beniamino Quintieri.

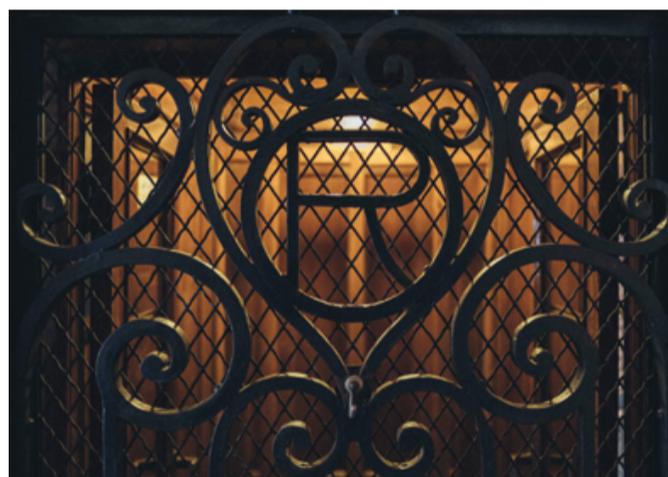
Fonte: elaborazioni Centro Studi Confindustria e Fondazione Manlio Masi su dati UN-Comtrade.

### [Per il report completo](#)

Rapporto "Esportare la dolce vita 2021"  
CSC, Luglio 2021

PALAZZO  
RAVASIO

Come sarebbe  
vivere qui?



**Una scelta esclusiva per chi non si accontenta  
di abitare ma vuole vivere un'esperienza unica:  
perché straordinaria e quotidiana.**

A uno sguardo dalla riva sinistra del fiume Adige,  
nel cuore di Borgo Trento in Lungadige Campagnola n.14,  
a un passo dal centro storico, Palazzo Ravasio ritorna al suo antico splendore  
grazie a un intenso e accurato intervento di riqualificazione.  
Dai 100 anni della sua storia stanno nascendo abitazioni uniche,  
impresiosite da finiture e da affacci introvabili.

Informazioni e vendite: Palazzo Ravasio, Lungadige Campagnola 14 - Verona - Tel. 045.9063578 - info@palazzoravasio.it

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