

# AREO

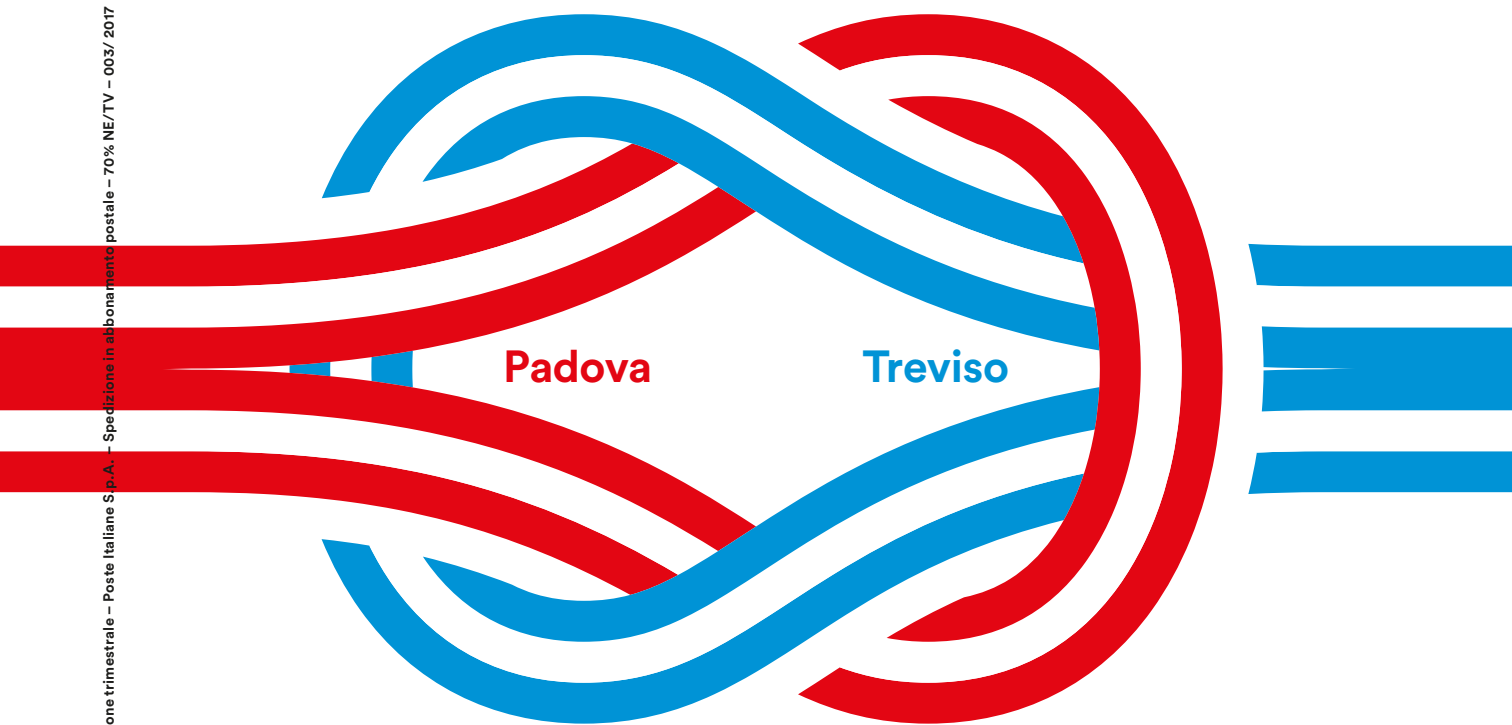
Argomenti e opinioni  
di Unindustria Treviso  
e di Confindustria Padova

n. 57/ dicembre 2017

**Imprese e  
Democrazia**

**Imprese e  
Territorio**

**Giovani/  
Scuola/  
Cultura**



# Stampiamo *la perfezione* che meriti.



CI TROVI ANCHE SU



CATALOGHI  
BROSSURATI

LIBRI  
CARTONATI

PUNTI  
METALLICI

PIEGHEVOLI

VOLANTINI  
E FLYER

PACKAGING

CARTELLI  
VETRINA

CARTA  
DA PARATI

## CONSULENZA E SERVIZI

Sincromia ti accompagna nelle scelte per la realizzazione dei tuoi stampati.

## SOLUZIONI INNOVATIVE

Stampa effetto HD grazie al KW System. Con Smart Offset qualità di stampa digitale pari all'offset.

## FOTOLITO E STAMPA

Dal reparto di pre stampa fino alla stampa di piccole e grandi tirature.

## LOGISTICA E AFFIDABILITÀ

Tempi e modi li decidi tu, a rispettarli ci pensa Sincromia.

## REPARTO DI LEGATORIA INTERNO

Per completare il lavoro e garantire tempi rapidi.

## SOSTENIBILITÀ

Un occhio di riguardo per l'ambiente: carte certificate FSC® e inchiostri vegetali senza solventi.

p 03 →  
IL PUNTO

p 06 →

# 1/

IMPRESE  
PADOVA/  
TREVISO

p 87 →

# 2/

COPERTINA  
PADOVA/  
TREVISO

p 89 →  
FABBRICAZIONE  
p 90 →  
“RESTITUIRE”  
UN TERRITORIO  
RINNOVATO  
p 91 →  
LA DEMOLIZIONE  
CREATIVA  
p 93 →  
FABBRICHE,  
TERRITORI E  
COMUNITÀ  
p 95 →  
METAMORFOSI  
DEL NORDEST  
PRODUTTIVO  
p 98 →  
IMPRESE E  
DEMOCRAZIA  
p 100 →  
LA CONGIUN-  
TURA DELL’  
INDUSTRIA  
PADOVA  
TREVISO

p 103 →

# 3/

PADOVA/  
TREVISO  
NEWS

p 104 →  
NEWS  
p 114 →  
MASTER BRAND  
AMBASSADOR  
p 116 →  
ASSINDUSTRIA  
SPORT  
p 119 →  
GIOVANI  
IMPRENDITORI  
TREVISO  
p 121 →  
CULTURA  
D’IMPRESA

p 123 →

# 4/

GIOVANI/  
SCUOLA/  
LAVORO

p 124 →  
SCUOLA  
NEWS  
p 131 →  
GIOVANI  
ANTIDOTO  
AL DECLINO  
p 132 →  
PMI DAY  
PADOVA  
p 133 →  
PMI DAY  
TREVISO  
p 136 →  
NUOVO ITS  
CREATORI  
DI APP  
p 137 →  
ANCHE QUESTA  
È ALTERNANZA

p 139 →

# 5/

TERRITORIO  
PADOVA/  
TREVISO

p 140 →  
TERRITORIO  
NEWS  
p 148 →  
DIGITALMEET  
p 149 →  
PADOVAFIERE

p 151 →

# 6/

CULTURA  
PADOVA/  
TREVISO

p 152 →  
INCONTRO  
TRA RODIN  
E MARTINI  
p 154 →  
RIVOLUZIONE  
GALILEO  
p 156 →  
MOSTRA SALCE  
p 158 →  
SOLISTI VENETI  
p 159 →  
PREMIO  
COMISSO  
p 161 →  
30°  
FONDAZIONE  
BENETTON  
p 163 →  
ALCHIMIE  
CULTURALI  
p 165 →  
MYTHO-  
MANIAC  
p 168 →  
PRIMI A  
VEDERLE  
p 170 →  
PRETI FRATI  
E GIUDICI  
p 171 →  
TREVISO  
SUONA JAZZ



**Areo – Argomenti e Opinioni  
di Unindustria Treviso  
e Confindustria Padova  
anno diciannovesimo  
#57/ dicembre 2017**

Pubblicazione trimestrale  
Registrazione Tribunale di  
Treviso n. 738 del 24 – 01 – 1989  
Iscrizione ROC 15283

Direttore Responsabile  
**Leonardo Canal**  
Progetto grafico  
**Heads Collective**  
Stampa  
**Grafiche Tintoretto**

Stampato e diffuso  
in 12.000 copie

Per la Pubblicità  
**Iniziativa Unindustria S.r.l.**  
tel. 0422 294229

Gli articoli sono un contributo  
all’informazione e possono  
non rispecchiare le posizioni  
di Unindustria Treviso  
e Confindustria Padova

Editore

**INIZIATIVE UNINDUSTRIA**

Presidente  
**Maria Cristina Piovesana**  
Direttore Generale  
**Giuseppe Milan**

*Sede Legale*  
Piazza delle Istituzioni n. 11  
31100 Treviso – Italia

*Sede di Rappresentanza*  
Palazzo Giacomelli,  
Piazza Garibaldi n. 13  
31100 Treviso – Italia  
tel. 0422 2941  
fax 0422 412601

[www.unindustria.treviso.it](http://www.unindustria.treviso.it)

LAVORO  
CONTINUO  
TEMPORANEO

LAVORO TEMPORANEO

STAFF LEASING

INTERMEDIAZIONE

RICERCA E SELEZIONE

OUTPLACEMENT

FORMAZIONE

POLITICHE ATTIVE DEL LAVORO

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

**UMANA** S.p.A. Aut.Min.Lav.Prot. n.1181-SG del 13/12/04  
Sede Legale e Direzione Generale:  
Via Colombara, 113 - 30176 - Marghera - VENEZIA  
Tel. 041/2587311 - Fax 041/2587411 - [info@umana.it](mailto:info@umana.it)



## Il punto

Il 2018 si annuncia un anno particolarmente importante per le imprese, chiamate a proseguire nella sfida competitiva e dell'innovazione, per il Paese, con la consultazione elettorale e l'esigenza di mantenere la crescita e la stabilità, e per il nostro Sistema di rappresentanza associativa. In particolare, Unindustria Treviso e Confindustria Padova potranno presentare l'esito di un progetto di collaborazione e progressiva integrazione che intende dare vita a una nuova Associazione. L'obiettivo è quello di creare nuovo valore per le 3.400 imprese associate e dare più forza alla rappresentanza al di là dei confini regionali. Quattro gli obiettivi che ci stanno guidando in questo percorso condiviso tra Padova e Treviso: assicurare una maggiore qualità e omogeneità nelle attività associative alle imprese; migliorare e ottimizzare le attività di comunicazione, servizio e rappresentanza, svolte dalle Associazioni sul territorio; pervenire a una ottimizzazione dei costi per rafforzare l'azione di rappresentanza: garantire una forte e stretta relazione con i territori e con le aziende associate per tutelarne al meglio le specificità, le identità e i valori. Sappiamo che sono in corso cambiamenti epocali che determinano la necessità di modernizzare profondamente anche i sistemi di rappresentanza, storicamente basati su un'organizzazione provinciale. Le due Associazioni di Padova e Treviso rappresentano un sistema omogeneo e complementare, soprattutto per i settori produttivi rappresentati, e uno dei primi poli manifatturieri italiani. Il nostro territorio dimostra ancora una volta di essere un laboratorio in cui si può cambiare e i suoi imprenditori hanno già dimostrato la capacità di immaginare il futuro assumendosi la responsabilità di costruirlo. Siamo orgogliosi di essere ancora una volta parte attiva di un momento di vero cambiamento. Ci guida la visione di un associazionismo capace di superare steccati e localismi, di coniugare la forza della sintesi organizzativa con la vicinanza all'azienda e al territorio, in rete con le aree più dinamiche e la prossimità all'imprenditore. È un impegno per l'innovazione e una visione di futuro che sono propri delle imprese e degli imprenditori che abbiamo l'onore di rappresentare e che ci auguriamo possa essere condiviso dalla nostra comunità, nel 2018 e negli anni a seguire.

Maria Cristina Piovesana  
*Presidente*  
*di Unindustria Treviso*

Massimo Finco  
*Presidente*  
*di Confindustria Padova*



# ESPORTARE GHIACCIOLI IN GROENLANDIA.

Nessuna impresa è impossibile  
per le imprese del Nord-Est.

---

Con il partner e gli strumenti giusti,  
le imprese del Nord-Est possono arrivare  
più lontano di quanto credono. Noi di  
SACE SIMEST, Gruppo CDP, ne facciamo  
la nostra missione da 40 anni. Le nostre  
soluzioni assicurative e finanziarie hanno  
già permesso a oltre 20 mila PMI italiane  
di esportare e investire in Italia e all'estero.

Scopri cosa possiamo fare  
per far crescere anche la tua impresa.  
Contatta i nostri uffici di Venezia o Verona.  
[sacesimest.it](http://sacesimest.it) | [800.269.264](tel:800.269.264) | [venezia@sace.it](mailto:venezia@sace.it) | [verona@sace.it](mailto:verona@sace.it)



**sace simest**  
•gruppo cdp•

promuoviamo il futuro

## Il punto

Le Assemblee degli Associati di Confindustria Padova e Unindustria Treviso il 15 giugno hanno dato mandato ai rispettivi Presidenti di avviare un progetto di integrazione fra le due Associazioni. Il progetto e il mandato nascono dalla volontà degli imprenditori di superare confini e localismi.

È la stessa forza innovativa che sta già sprigionando il lavoro avviato dalle nostre strutture e i molti cantieri aperti: dalle piattaforme Ict al marketing associativo agli eventi, dal welfare ai social media alle singole aree di consulenza. Non la mera somma algebrica di strutture e competenze, ma un processo capace di favorire, attraverso la contaminazione reciproca, nuove idee progettuali, di alzare la qualità e la gamma dei servizi. Aver deciso di intraprendere questo percorso sarà la condizione necessaria per fare un ulteriore salto nella rappresentanza, ma anche un modo per pensare ed agire nella dimensione giusta, basata sul continuo apporto di idee ed esperienze diverse, che ci arricchiscono, e sul confronto con le imprese di un territorio più ampio. Il tutto creando un modello organizzativo che sia fondato sulla trasparenza e sulla buona gestione.

C'è un punto che teniamo a sottolineare e che ci fa essere ottimisti. L'assessment dei collaboratori delle strutture associative ha rivelato che il sentiment della rete di professionisti che sono l'ossatura e il valore delle nostre associazioni, è fatto di curiosità, motivazione e sfida positiva verso la nuova prospettiva. Un ingaggio sfidante da tradurre in opportunità di crescita, individuale e collettiva.

Ora, nel cammino che abbiamo subito intrapreso per implementare il progetto, dovremo da un lato consolidare e mettere a fattor comune le nostre caratteristiche, dall'altro essere capaci di accogliere i nuovi scenari che si genereranno, in parte attesi ed in parte del tutto nuovi, frutto della stessa voglia di crescere.

Per questo siamo certi che abbiamo buone probabilità di essere coerenti "tra il dire e il fare". Che ci sapremo rinnovare come persone e approcci. Che useremo il merito e l'efficienza quali criteri prioritari di giudizio nelle scelte da sottoporre agli associati.



Paolo Giopp  
*Direttore*  
*di Confindustria Padova*

Giuseppe Milan  
*Direttore*  
*di Unindustria Treviso*

# IM- PRE- SE

# PADO- VA/ TRE- VISO

- p 08 → STIGA
- p 08 → OFFICINE FACCO
- p 09 → VIROSAC
- p 10 → UQIDO
- p 10 → SOMEK
- p 11 → CARTOTECNICA  
POSTUMIA
- p 11 → PIVA
- p 12 → SGAMBARO
- p 12 → ITALCAB
- p 12 → BORTOLOMIOL
- p 13 → OMER GROUP
- p 13 → GRUPPO SAFILO
- p 14 → TECNOSTRUTTURE
- p 14 → ZANUTTA
- p 15 → FILOBLU
- p 15 → ALISEO GROUP
- p 15 → CORVALLIS
- p 16 → AUTOTRASPORTI  
DE GIROLAMI
- p 17 → DOGTROT
- p 18 → IRINOX
- p 18 → FLUENCE ITALY
- p 19 → BISOL-VENISSA
- p 19 → ALBA  
ELETTRONICA
- p 20 → MHT
- p 20 → CARRARO
- p 21 → MAGIS
- p 22 → LUCART
- p 22 → PADOAN
- p 23 → SIT GROUP
- p 23 → EDILVI
- p 24 → ABS GROUP
- p 24 → MINACCILOLO
- p 25 → CONTARINA
- p 25 → ARCADIA
- p 26 → PROGRESS  
PROFILES
- p 26 → CODOGNOTTO
- p 27 → CSM TUBE
- p 27 → CAREL
- p 28 → PIAVE SERVIZI
- p 29 → SIRMAX
- p 29 → LITHOS
- p 30 → PRO-GEST
- p 30 → LATTERIA SOLIGO
- p 31 → GIAMPI
- p 31 → CARRON
- p 32 → RITZ SADDLER
- p 32 → EUROSISTEM
- p 33 → KERT
- p 33 → LBA
- p 34 → NU-MABER
- p 34 → MAW MEN AT  
WORK
- p 35 → ATS
- p 35 → DBA GROUP

# 1/

p 36 → INCOLD  
 p 37 → O ZONE  
 p 37 → ACQUAVITE  
     ROBERTO  
     CASTAGNER  
 p 38 → PRESSOFUSIONE  
     SACCENSE  
 p 38 → PRIMO FRANCO  
 p 39 → D.B. GROUP  
 p 39 → BIRRIFICIO  
     ANTONIANO  
 p 39 → EUROMOBIL  
 p 40 → LA CANTINA  
     PIZZOLATO  
 p 41 → ACAMEDY  
 p 41 → ASOLMEC  
 p 42 → ISOPLAM  
 p 42 → ATON  
 p 42 → NUOVA MENON  
 p 43 → ABACO  
 p 44 → THRON  
 p 44 → GC&P  
 p 45 → DERSUT  
 p 45 → CASTEL MONTE  
 p 46 → CLAIM  
 p 47 → SMILESYS  
 p 47 → ZANARDO  
     SERVIZI LOGISTICI  
 p 48 → MANUEL CAFFÈ  
 p 49 → PET ENGINEERING  
 p 49 → BENETTON  
     GROUP  
 p 50 → CARPENÈ-  
     MALVOLI  
 p 50 → DELTA SYSTEM  
 p 50 → FIM ENGINEERING  
 p 51 → 2SQUARE  
 p 51 → HANGAR  
     DESIGN GROUP  
 p 51 → CRAVEDI  
 p 52 → TECNICA  
 p 52 → DISTILLERIE  
     BONOLLO  
 p 53 → CARTOTECNICA  
     POSTUMIA  
 p 53 → BERTO'S  
 p 54 → CAROLLO  
     SERRAMENTI  
 p 54 → FORNO D'ASOLO  
 p 55 → COLFERT  
 p 56 → SCILM  
 p 56 → CARTIMBALLO  
 p 56 → METHODE  
 p 57 → ULSS 2  
 p 57 → CAPPELOTTO  
 p 58 → MONTELVINI  
 p 58 → DE' LONGHI  
 p 59 → FASSA BORTOLO  
 p 59 → DRAWLIGHT  
 p 60 → IWIS  
 p 60 → GOPPION  
 p 61 → MOM  
 p 62 → ELECTROLUX  
 p 62 → ESPIÙ  
 p 63 → SPAZIO  
     INFORMATICO  
 p 63 → LINEA LIGHT  
 p 64 → SUNGLASS  
 p 64 → VELVET MEDIA  
 p 65 → 21 INVESTIMENTI  
 p 66 → HUMAN  
     RESOURCES  
     INTERNATIONAL  
 p 66 → GRUPPO ICAT  
 p 66 → LOTTO  
 p 67 → ARCADIA  
 p 67 → PERMASTEELISA  
 p 68 → GARBELOTTO  
 p 69 → IDROBASE  
 p 69 → CCSTEAM  
 p 70 → VILLA SANDI  
 p 70 → SCHÜCO  
 p 71 → CALOI  
 p 71 → NICE  
 p 72 → ANSELMINI & C.  
 p 72 → ACCESSORY LINE  
 p 73 → BRALCO  
 p 73 → ARPER  
 p 74 → MASSIMO  
     ZANETTI  
     BEVERAGE GROUP  
 p 74 → JESSE  
 p 74 → GRUPPO PAVAN  
 p 75 → ADIX  
 p 75 → BHR TREVISO  
     HOTEL  
 p 76 → GEOX  
 p 77 → TEXA  
 p 77 → BOTTEGA  
 p 78 → GALDI  
 p 78 → GIOVANNI XXIII  
     SOGEDIN  
 p 78 → ZOPPAS  
     INDUSTRIES  
 p 80 → ALCEDO  
 p 81 → DITRE ITALIA  
 p 81 → CAME  
 p 82 → CENTRO  
     DI MEDICINA  
 p 83 → VOLTECO  
 p 84 → UMANA  
 p 84 → A&A  
 p 85 → ASCOPIAVE  
 p 85 → SEISENT  
 p 86 → HEADS  
     COLLECTIVE

Invitiamo le aziende delle province di Padova e Treviso a segnalare notizie e avvenimenti sulla loro attività, dandone comunicazione

- all'Ufficio Stampa di Unindustria Treviso (Rif. Canal) tel 0422 294253 fax 0422 541375 lcanal@unindustriatv.it
- all'Area Comunicazione e Stampa di Confindustria Padova (Rif. Sanseverinati) tel 049 8227144-112 fax 049 8227100 stampa@confindustria.pd.it

La scelta sarà poi compiuta dalla redazione di AREO

## STIGA



Posa della prima pietra il 29 giugno per il nuovo Quartier Generale del Gruppo Stiga a Castelfranco Veneto. L'azienda leader in Europa nella produzione e distribuzione di rasaerba e attrezzi per giardinaggio, ex Global Garden Products, mantiene e potenzia la sua presenza sul territorio e sceglie di investire ancora nel Trevigiano. Nell'occasione è stato presentato il progetto della nuova sede direzionale alla presenza dell'Amministratore Delegato Georg Metz e della dirigenza del Gruppo. Alla cerimonia hanno preso parte tra gli altri il Sindaco di Castelfranco Veneto e Presidente della Provincia di Treviso, Stefano Marcon, e la Vicepresidente di Unindustria Treviso, Sabrina Carraro. L'azienda, ex Global Garden Products, leader in Europa nella produzione e distribuzione di rasaerba e attrezzi per giardinaggio, mantiene quindi e potenzia la sua sede, in via del Lavoro 6 a Castelfranco Veneto, dove risiede da anni, e che è stata quella storica di Castelgarden prima e GGP poi. Per la costruzione della nuova sede direzionale saranno impiegate maestranze locali, annunciate 30 nuove assunzioni entro il 2018. Tra queste, una decina tra research and development e sourcing per rafforzare le competenze tecniche necessarie a lavorare sulle innovazioni di prodotto, una decina in area commerciale tra sales, after sales e marketing e un'altra decina tra produzione, finance, human resources e information and communications technology.

Un investimento di circa 5 milioni di euro per il nuovo building che sarà costruito nel pieno rispetto delle norme ambientali nell'area antistante l'attuale sede operativa per una superficie di oltre 2.000 mq. Oltre l'80% del materiale con il quale sarà realizzato l'edificio è riciclabile. La costruzione sarà dotata di un impianto fotovoltaico per la produzione di energia elettrica e di un impianto termo tecnico a pulsione con riciclo

di area interna. Saranno usati materiali assemblati quasi a km zero forniti da aziende locali dislocate nel raggio di 30 km di distanza dalla sede direzionale di Castelfranco Veneto. La data di fine lavori è prevista per il 31 agosto 2018.

Georg Metz, Amministratore Delegato del Gruppo, ha commentato: "Ringrazio la nostra squadra eccezionale di colleghi a Castelfranco e in tutte le filiali del Gruppo Stiga in Europa e in Asia, senza la loro passione e creatività nulla di quanto raggiunto oggi sarebbe stato possibile e sempre loro ci permettono di guardare con fiducia ad un futuro glorioso. Auspicio che il nuovo edificio sia luogo di crescita e di successo".

"La capacità di fare impresa e guardare con fiducia al futuro - ha dichiarato il Sindaco di Castelfranco Veneto e Presidente della Provincia di Treviso Stefano Marcon - ha sempre contraddistinto il nostro territorio. Ringrazio e mi congratulo con il management del Gruppo Stiga per aver scelto di credere ancora su Castelfranco Veneto ed il Trevigiano. La nuova sede a cui auguro di divenire presto faro nel settore a livello europeo è ora una concreta opportunità di lavoro per le aziende del comparto edile e sarà presto una preziosa porta aperta per nuove assunzioni e per l'indotto". Sempre nel mese di giugno l'azienda ha annunciato il cambiamento del suo nome in Stiga come il brand premium tra i 5 del suo portfolio (assieme a Castelgarden, Alpina, Atco e Mountfield). L'azienda, che conta più di 600 dipendenti in Veneto (200 a Castelfranco e 422 a Campigo con picchi stagionali che superano le 800 unità). È tra prime dieci aziende per fatturato nel Trevigiano. Il Gruppo conta attualmente 1.600 dipendenti nel mondo, con un fatturato di 500 milioni di euro l'anno.

**[www.stiga.it](http://www.stiga.it)**

## OFFICINE FACCO

Nuova "fabbrica" green e 4.0 per i 60 anni di attività di Officine Facco S.p.A., di Campo San Martino, leader internazionale nella fabbricazione di impianti avicoli integrati per la produzione di uova e carne guidata dal Presidente Massimo Finco. Rinata dalle ceneri dell'incendio del 2016, l'azienda ha inaugurato una nuova sede dal concept ecosostenibile e innovativo. 15 milioni di investimento in autofinanziamento per realizzare ex



novo 3.000 mq di spazi che ospitano il centro direzionale della Facco, la logistica integrata e il nuovo magazzino, unitamente all'acquisizione di uno stabilimento di 10.000 mq per la produzione, a poche centinaia di metri dalla sede centrale.

“I nuovi spazi – afferma il Presidente Massimo Finco – saranno la solida base per la costruzione del futuro della nuova Facco. Uno spazio di lavoro innovativo, che saprà mettere in relazione il settore Ricerca e Sviluppo, il customer care e una logistica integrata con le altre parti del mondo, utilizzando sempre più le nuove tecnologie di comunicazione, internet of things e domotica. Una sede costruita con attenzione maniacale per ogni dettaglio, in modo da dare il massimo benessere a chi dentro ci “vive” e non solo lavora, unitamente a una grande attenzione per l'ambiente e l'ecosostenibilità. La luce graduabile sempre indiretta, il condizionamento che deriva solo dal fotovoltaico e da pompe di calore a geotermia, tripli vetri e isolamenti globali su tutto il perimetro, un ricambio d'aria continuo, soffitti fonoassorbenti come nei teatri in modo che il dialogo fra colleghi sia agevolato e la connessione tra le persone sempre più forte. La natura si percepirà ovunque con piante e giardini interni. La qualità del tempo sul posto di lavoro avrà un'attenzione primaria: ci sarà una palestra, una sala relax e una biblioteca. Tutto è stato pensato per accogliere la nostra più grande ricchezza: la persona”.

I nuovi spazi aziendali sono stati inaugurati l'8 settembre, durante un evento che ha coinvolto oltre 600 personalità fra istituzioni, player del mercato, top client e stakeholder aziendali internazionali e tutta la grande 'famiglia' Facco in occasione dei 60 anni di attività dell'azienda. Le Officine Facco nascono nel 1957 da

un'idea industriale di Luigi Finco, padre di Massimo. I ricavi nel 2016 si sono attestati a circa 200 mln di euro, in crescita del 15% rispetto all'anno precedente. L'azienda occupa ora 900 addetti, sommando i 600 dipendenti diretti di 27 nazionalità differenti ai 300 collaboratori a contratto, senza contare gli oltre 500 occupati nell'indotto, dove Facco garantisce da anni il coinvolgimento di circa 30 aziende venete. Facco esporta il 95% della produzione e i mercati principali di riferimento sono Usa, Giappone, Cina, Medio Oriente e Sud America, dove nel 2012 è stata acquisita la brasiliana Artabas.

Oggi l'azienda sta estendendo il proprio raggio d'azione internazionale, attraverso nuove strategie di sviluppo orizzontale, che comprendono lo studio di importanti progetti di aggregazione, principalmente nel mercato asiatico. Progetti di crescita ambiziosi ma realistici per portare l'azienda alla soglia dei 300 mln di euro di fatturato nel 2020, e che prevedono anche un piano di 30 nuove assunzioni nel 2017 e altrettante nel 2018. Facco ha investito in R&S circa 4 milioni di euro nel 2016 e mediamente nell'ultimo triennio il 3% del fatturato.

Foto: Massimo Finco

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

## VIROSAC



Il 2016 conferma ViroSac S.r.l. di Pederobba al primo posto come leader nazionale per la creazione di prodotti home care e sacchi per i rifiuti. Con un aumento di fatturato del 4,2% rispetto al 2015, l'azienda di Pederobba continua la scalata alla crescita e attesta un

ricavo lordo pari a 38,7 milioni di euro. Registrando una quota di mercato a valore totale del 9%, notevoli incrementi sono da evidenziare nel segmento dei sacchetti biodegradabili, per la gestione della raccolta differenziata dell'umido: la quota di mercato a valore del settore bio è infatti salita a circa il 17%, superando con successo le stime dell'anno precedente.

Un dato che eleva ancora una volta Biopratico, la linea di sacchi in mater-bi, completamente biodegradabile e compostabile, a prodotto di marca più venduto in Italia. Questo il frutto dei grossi investimenti attuati recentemente dall'azienda, in termini di innovazione, ricerca, strutture organizzative e tecnologia, volti a perseguire una filosofia indirizzata al rispetto per l'uomo e l'ambiente. L'aumento delle vendite nel settore biologico dimostra così la capacità di ViroSac di saper rispondere alle esigenze del consumatore italiano, oggi sempre più sofisticato ed orientato all'ecosostenibilità. Cresce la quota di mercato a valore anche nel comparto congelazione, superando il 5% del mercato. Rilevante il numero di nuovi prodotti lanciati nel 2016 nel comparto nettezza, che si aggiungono alle 900 referenze attive a catalogo. Ben 7 gli articoli riconosciuti dai consumatori come best seller sui top 20 del ranking Nielsen a marzo 2017.

Un tasso di innovazione molto elevato, che testimonia lo studio costante di nuove soluzioni tecnico produttive e la volontà di apportare qualità e innovazione continua, per potenziare gli elementi distintivi dell'azienda e guidare il mercato. L'inserimento di sistemi produttivi e gestionali che mirano all'ottimizzazione dei processi si coniuga ad un ampliamento del personale: 10 le nuove assunzioni nel corso del 2016, nell'ottica di considerare le risorse umane elemento indispensabile per lo sviluppo futuro della società. A testimonianza della serietà e dell'impegno investito da ViroSac nella salvaguardia dell'ambiente, le tre certificazioni per il rispetto delle norme di sicurezza (OHSAS 18001); per la qualità e l'efficienza nella fase di lavorazione e trasparenza nella comunicazione al consumatore (Iso 9001) e per il rispetto dei processi produttivi delle normative ambientali (14001). Tali riconoscimenti includono l'azienda tra le prime 16 realtà italiane nel 2016

a possedere tutte le sopra citate certificazioni internazionali. A completare gli investimenti dell'azienda, la campagna pubblicitaria "Virosac, sacchi fatti a regola d'arte", intrapresa nel 2016, cede il passo ad un'immagine che pone maggiore risalto alle caratteristiche distintive dei prodotti. Claim quali: "Biopratico: Il sacco di mais con maniglie approvato da madre natura" e "Proxsac: il tuo profumo con le maniglie" proseguono il restyling della brand identity intrapresa lo scorso anno, per trasmettere il senso di affidabilità, qualità made in Italy, innovazione, salvaguardia per l'ambiente e responsabilità nei confronti del proprio territorio, attraverso un linguaggio d'impatto e contemporaneo.

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

## UQIDO



Uqido ha portato a Padova la realtà virtuale immersiva. Negli spazi di Buh12, Building Urban Hub di Padova, progetto di archeologia industriale nel cuore della ZIP, la software house padovana ha fatto vivere in anteprima a un nutrito pubblico di influencer, giornalisti e imprenditori l'esperienza "The Edge - Be Brave" annunciata a maggio in occasione del TEDxPadova.

L'iniziativa sarà presentata in tutta l'Italia e proietterà la città anche all'estero con un nuovo format di intrattenimento, che permette di immergersi completamente in scenari virtuali attraverso una realistica percezione degli elementi, dello spazio e delle profondità. "The Edge - Be Brave" è l'esperienza di Immersive Virtual Reality che mette a stretto contatto con la natura in maniera multisensoriale: non solo vista e udito, ma per la prima volta anche tatto e olfatto. Lo spettatore può rivivere

un ambiente virtuale fatto di montagne rocciose dove dovrà affrontare una prova di coraggio che lo stimolerà a oltrepassare i propri limiti. La cura dei dettagli grafici, l'audio binaurale che isola il soggetto all'interno dell'esperienza e alcuni supporti hardware concepiti ad hoc da Uqido consentono di raggiungere elevati livelli di immersività, che porta gli utenti a provare le stesse sensazioni che vivrebbero in un'esperienza reale: l'odore del bosco, il piacere e il gusto della passeggiata in montagna, fino alla sensazione di sospensione nel vuoto o alla vertigine.

Uqido è una giovane start up italiana attiva dal 2010, con oltre 20 dipendenti, che opera nel settore della Immersive Virtual Reality e sviluppa software gestionali per aziende.

"Uqido è all'avanguardia nel campo della Virtual Reality e con questo nuovo format punta a stravolgere il settore dell'entertainment - spiega Pier Mattia Avesani, Ceo e fondatore di Uqido. La tecnologia VR ha grandissime potenzialità e con The Edge vogliamo farla conoscere e apprezzare, cominciando dalla città che ci ha visto nascere e crescere. Questo comparto raggiungerà i 59,5 miliardi di investimenti entro il 2022, con un tasso medio di crescita annuale del 65,7% dal 2016 al 2022. Da qui la nostra volontà di impiegare risorse umane ed economiche in ricerca e sviluppo e farsi trovare pronti all'appuntamento con il futuro". Uqido è la prima azienda tecnologica italiana con il merito di aver realizzato un'App per evitare le code in qualsiasi attività che prevede un considerevole afflusso di utenti. Fondata nel 2010 da Avesani con Alberto Silletti, nel 2017 Uqido ha visto crescere il fatturato del 150%. Conta 18 dipendenti tutti under 35 e prevede di raddoppiare i numeri di organico e fatturato entro il 2018.

Foto: The Edge

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

## SOMEC

Il Gruppo Somec di San Vendemiano, leader nella produzione di involucri vetriati chiavi in mano e di attrezzature per l'area catering destinati alle navi da crociera, ha perfezionato l'acquisizione di Inoxtrend, azienda di Santa Lucia di Piave specializzata nella realizzazione di forni professionali in acciaio inox. L'acquisizione di Inoxtrend è in linea



con la strategia di crescita per linee esterne del Gruppo che ha l'obiettivo di espandere tutta la propria offerta di prodotti - dagli involucri vetriati all'area catering - dedicati al settore navale anche all'ambito delle costruzioni civili, integrando i nuovi prodotti e sviluppando le differenti sinergie esistenti. Inoxtrend, nata nel 1989, è specializzata nella produzione di forni di tipo industriale in acciaio inox, impiega attualmente 40 addetti, impegnati tra produzione e le altre aree aziendali, e vende i propri prodotti in tutto il mondo registrando il 90% di export sul proprio giro d'affari. In particolare, l'obiettivo di Somec è quello di sviluppare ulteriormente il business di Inoxtrend ed estenderlo anche al settore navale facendo leva sulla capacità innovativa e l'alto contenuto tecnologico dei suoi prodotti oltre che sulle competenze del suo personale acquisite in 30 anni di esperienza nel settore.

"L'integrazione di Inoxtrend all'interno del Gruppo Somec ci permetterà di arricchire le nostre competenze in un mercato strategico come quello delle attrezzature da cucina in acciaio inox contraddistinto da importanti tassi di crescita nei prossimi anni. - ha dichiarato il Presidente di Somec Oscar Marchetto - Questa operazione, che segue quella di Oxin, rientra appieno nelle nostre linee guida strategiche in fatto di M&A, orientate verso piccole realtà di eccellenza, le cui tecnologie possono essere integrate nella nostra offerta rendendola ancora più distintiva".

Il Gruppo Somec, guidato dal Presidente Oscar Marchetto insieme ai soci, Giancarlo Corazza e Alessandro Zanchetta, ha chiuso il 2016 con un fatturato consolidato di 75 milioni di euro in aumento del 37% rispetto al 2015 ed è presente all'estero con tre sedi: a Miami - Navaltech, a Southampton - Seatech, e

Piestany – Slovacchia.

Nel maggio 2016 Somec aveva acquisito Oxin, azienda di Vazzola specializzata nella realizzazione di cucine, bar, self service in acciaio inox destinati sia al settore marittimo che a quello terrestre. Nell'operazione Inoxtrend, i venditori sono stati assistiti dagli Avvocati Alberto Mascotto ed Alberto Vivago, mentre il Gruppo Somec si è avvalso, come per le precedenti operazioni di M&A, dello Studio BM&A, Avvocato Riccardo Manfrini e Avvocato Silvia Dall'Ongaro.

Il Gruppo Somec progetta e produce involucri vetrati per le navi da crociera necessari sia nelle fasi di costruzione di nuove navi che per la manutenzione e il refitting. Grazie all'acquisizione di Oxin nella seconda metà del 2016, Somec ha allargato il proprio core business anche alla realizzazione di cucine, bar, self service per il settore marittimo. L'azienda si occupa di tutte le fasi della lavorazione, dalla realizzazione e l'assemblaggio dei profili in alluminio e delle vetrate fino all'installazione sulle navi, incluse le fasi di test e verifica della qualità e della tenuta. Somec, fondata nel 1978, viene rilevata nel 2013 da Oscar Marchetto, che insieme ai suoi soci, Giancarlo Corazza e Alessandro Zanchetta, rilancia l'azienda rifocalizzandosi sul business navale. Il Gruppo con sede principale in Italia, a San Vendemiano, dove si trovano gli uffici, gli stabilimenti produttivi, la ricerca e sviluppo, opera a livello globale con una costante presenza nei principali cantieri di costruzione navale: Fincantieri in Italia a Monfalcone, Marghera, Genova, Ancona; Meyer Werft in Germania a Papenburg; Meyer Turku in Finlandia a Turku; STX France in Francia a Saint Nazaire; Mitsubishi in Giappone a Nagasaki; MW Werften in Germania a Wismar; Vard in Romania a Tulcea. Attualmente impiega 225 addetti.

Foto: Oscar Marchetto

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

## CARTOTECNICA POSTUMIA

Per festeggiare il suo 50° anniversario di attività Cartotecnica Postumia S.p.A. ha aperto al pubblico il suo stabilimento di Carmignano di Brenta con visite guidate a cui è stata invitata tutta la cittadinanza. Circa 700 persone hanno potuto così conoscere da vicino l'azienda, seguendo un percorso apposi-



tamente preparato, dalla progettazione grafica alla stampa al confezionamento dei prodotti in carta. Una giornata di grande partecipazione aperta dall'intervento del Presidente Gabriele Gava e dell'Amministratore Delegato, Pierluigi Gava, insieme alle autorità politiche e religiose e a una rappresentanza di Confindustria Padova.

L'azienda, fondata nel 1967 e ancora oggi di proprietà della famiglia Gava, opera nel mercato della produzione di sacchetti in carta ed è cresciuta negli anni diversificando la propria offerta, affiancando alla produzione di sacchetti in carta a fondo quadro e bobine stampate per alimenti anche quella degli shoppers in carta per negozi. In entrambi i settori è oggi uno dei maggiori produttori europei. Impiega più di 120 persone ed esporta il 50% dei suoi prodotti in tutto il mondo. Cartotecnica Postumia è stata una delle prime aziende in Italia del settore a certificare il suo sistema di gestione secondo le norme di qualità Iso 9001 e secondo gli standard internazionali per la produzione di imballaggi a contatto alimentare. Nello stabilimento viene effettuata sia la stampa che il confezionamento dei sacchetti e delle bobine, utilizzando solo inchiostri ad acqua e carta certificata.

L'eccellenza della produzione e l'altissima qualità di stampa hanno permesso alla Cartotecnica di vincere negli ultimi due anni il primo premio italiano per la stampa flessografica su carta e ottenere il secondo posto nella stessa competizione tra tutte le aziende europee.

Nel ripercorrere la storia dell'azienda Gabriele Gava ha ricordato la figura del padre Ettore Gava, che fondò la Cartotecnica Postumia dopo 37 anni di lavoro come dirigente di cartiera. Pierluigi Gava ha ricordato i valori condivisi che hanno guidato l'operato dell'azienda e soprattutto l'importanza delle persone che ci lavorano, rappresentate dalle foto di tutti i dipendenti posizionate nei vari reparti lungo il percorso di visita. Un modo molto efficace e d'impat-

to per sottolineare che nonostante l'azienda abbia investito molto in impianti e macchinari di alta tecnologia, le persone sono l'unico bene che non perde valore nel tempo ma lo acquista con l'esperienza e che può favorire un vero cambiamento. Per un miglioramento continuo in tal senso l'azienda sta trasformando i processi e la cultura aziendale in ottica lean in modo da essere sempre più efficaci nel generare valore per il cliente.

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

## PIVA



piva S.r.l. di Villorba, azienda commerciale a conduzione familiare con 22 collaboratori, ha superato i 9 milioni di fatturato nell'ultimo anno. Un dato che conferma il buon andamento e la consolidata competitività di un'azienda attiva fin dal 1960. Inizialmente, ha operato come agente di vendita di materie prime per l'industria del mobile – arredo e dell'edilizia. Dal 1980 è protagonista nella distribuzione di Legnopanelli, hpl Laminati, Pavimenti-legno e sostitutivi, di provenienza europea ed extraeuropea.

Tre le ragioni del successo di piva, che vedono impegnati soci e i collaboratori: affidabilità, che permea tutta l'organizzazione aziendale, dinamicità, con la proposta continua di nuovi prodotti e soluzioni, professionalità, dal punto di vista tecnico come da quello commerciale. Il nuovo show room aziendale è il punto di riferimento per progettisti e architetti per conoscere l'ampia gamma di articoli che piva propone all'insegna di un qualificato design.

In questi anni l'azienda ha dato particolare rilievo all'hpl laminato destinato ai rivestimenti di architetture di facciata.

Nel sito internet aziendale sono evidenziate varie realizzazioni presenti nelle aree del Veneto-Friuli, con sottolineatura della collaborazione con Fundermax, azienda leader europea dei pannelli per rivestimenti d'interni ed esterni. Questi ultimi sono stati presentati recentemente da piva, con l'iniziativa Promozione Architetti svoltasi a Villorba.

L'azienda dispone di un magazzino coperto di settemila metri quadrati, e questo, in stretta collaborazione con un primario operatore logistico, le consente di sviluppare la disponibilità di gamma-prodotti e l'apprezzato servizio di Pronto magazzino a km 0.

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

## SGAMBARO



“Si sono settant'anni, ma non li consideriamo affatto un punto d'arrivo, bensì un punto di partenza, perché ci sono ancora molte scommesse da vincere”. Lo dichiara Pierantonio Sgamaro sull'importante traguardo raggiunto dal Molino e Pastificio Sgamaro S.p.A. di Castello di Godego., il 70° anniversario della fondazione festeggiato. “Abbiamo raggiunto molti traguardi: innanzitutto nel 1990 abbiamo intrapreso un cammino legato alle produzioni biologiche.

Siamo stati la prima azienda italiana a ottenere la certificazione 100% Grano Duro Italiano e il completo controllo della filiera produttiva. Sempre in un'ottica di rispetto dell'ambiente abbiamo raggiunto livelli molto inferiori alla media nazionale nella quantità di CO2 rilasciata nell'atmosfera durante il ciclo produttivo e intendiamo lavorare per ottenere un'ulteriore riduzione. Ma il cammino lungo la strada del bio propone sempre nuove sfide che dobbiamo affrontare per mantenere gli standard di naturalità che

nel corso del tempo ci siamo prefissati. Per questa ragione pensiamo che non ci siano punti di arrivo, ma solo punti di partenza”.

L'orizzonte dell'azienda è ormai ben definito: il raggiungimento di elevati standard qualitativi sia per quanto riguarda l'impatto ambientale, sia per quanto riguarda la salubrità dei prodotti. In questo senso la ricerca sui grani antichi e su particolari specialità proteiche sono un avanzato orizzonte dell'azienda.

“La ricerca sui grani antichi è volta a proporre nel mercato prodotti alternativi di elevato valore nutrizionale. È dimostrato che i grani moderni hanno caratteristiche diverse risultando meno digeribili rispetto ai grani antichi. La nostra azienda ha pertanto deciso di concentrare la produzione della maggior parte delle linee biologiche su questi grani antichi, cercando di riportarli sulle tavole dei consumatori. In questi mesi abbiamo ampliato la nostra gamma e stiamo introducendo il Farro Monococco, il Senatore Cappelli e una nuova specialità proteica a base di Farro, Lenticchie e Quinoa. Questi prodotti si vanno ad aggiungere alle nostre linee di Farro Dicoccum, Kamut e Grano duro Integrale già ben distribuite”.

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

## ITALCAB



Italcab S.p.A., azienda metalmeccanica di Monastier di Treviso, da oltre 35 anni progetta e costruisce cabine guida per macchine industriali, come escavatori, pale caricatori e gru. La sua storia imprenditoriale nasce nel 1980, quando Bruno e Giovanni Porcellato, collaborando col padre nell'attività agricola di aratura per conto terzi, decidono di fabbricare una cabina da installare sui loro mezzi agricoli per proteggersi dalle intemperie. La qualità del prodotto viene apprezzata dal responsabile d'area di una grande azienda, che commissiona ai fratelli la costruzione

di altre cabine. Dopo quella prima commessa, nuovi ordini arrivano da aziende di località limitrofe, consentendo ai fratelli Porcellato di crescere e espandere la produzione.

Negli anni, Italcab entra in contatto con alcuni grandi gruppi internazionali, soprattutto dell'area tedesca, che costituisce ancora oggi il maggior mercato di riferimento.

Oggi, Italcab produce più di 10.000 cabine all'anno, con un fatturato complessivo superiore a 35 milioni di euro (dati 2016), di cui il 70% verso l'estero.

Dopo la crisi del 2008-2009, nella quale il fatturato di Italcab è sceso del 70%, l'azienda ha reagito alle trasformazioni del mercato innovando i propri processi organizzativi e estendendo progressivamente la digitalizzazione a tutti i propri reparti interni, per riuscire a gestire una sempre maggiore complessità dei prodotti e adeguare il proprio processo produttivo alle variazioni della domanda.

Allo stesso tempo, ha ripreso un programma di investimenti che, nel 2015, ha portato all'inaugurazione di un nuovo stabilimento per il reparto assemblaggio e, a partire dal 2014, a un costante aumento nel rapporto tra investimenti in beni strumentali e fatturato, che nel 2017 ha superato il 3%.

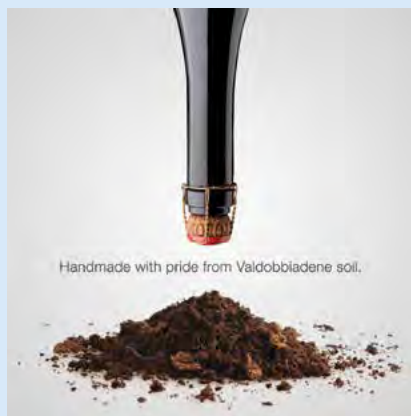
All'interno di questo programma di investimenti, Italcab ha partecipato con successo al bando FESR della Regione Veneto n. 1444 del 2016, ottenendo un contributo pari a 67.500 per l'automazione delle lavorazioni di saldatura, con gli obiettivi di migliorare la sicurezza e la qualità delle lavorazioni e aumentare la capacità produttiva e la flessibilità del reparto.

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

## BORTOLOMIOL

La cantina Bortolomiol completa la collezione con due nuovi arrivi siglati Bandarossa: Bandarossa Special Reserve Prosecco Superiore Docg e la Grappa Riserva Bandarossa, in un'ottica di ottimizzazione della filiera delle uve.

Bandarossa Special Reserve nasce da un'accurata e attenta selezione delle migliori uve scelte dai venti vigneti da cui nasce il Bandarossa Prosecco Superiore Docg che percorrono un processo di spumantizzazione più lungo: questa edizione limitata, infatti, resta a contatto con i lieviti per un periodo che supe-



ra i tre mesi, dopo i quali il vino riposa in bottiglia in Cantina a temperatura controllata per altri quattro mesi prima di essere pronto per la degustazione. La scelta di lieviti selezionati e antichi rende questo spumante estremamente unico nel suo genere facendo emergere gli aspetti più eleganti e raffinati di queste uve, nel pieno rispetto della tradizione del Prosecco Superiore di Valdobbiadene.

“Una sperimentazione davvero unica, in sole 6000 bottiglie – afferma Elvira Bortolomiol, Vice Presidente – che ci ha permesso di capire quanto la qualità e la selezione delle uve sia importante per affrontare processi di vinificazione di questo tipo”.

Le vinacce di queste preziose uve vengono impiegate poi per la produzione dell'unico distillato della collezione Bortolomiol: la Grappa Riserva Bandarossa.

Nata dall'unione di due nomi storici del mondo del vino e dei distillati, Bortolomiol e Castagner, questa Grappa Riserva è prodotta con vinacce della vendemmia 2015 selezionate per la produzione di Bandarossa Prosecco Superiore di Valdobbiadene Docg. Dopo la distillazione in antichi alambicchi di rame che permette di ottenere una sinergia perfetta tra rotondità e profumi varietali, questo distillato risposa per oltre 18 mesi nelle barrique di rovere prima di essere imbottigliato e proprio per questo motivo viene definito Riserva.

Un legame consolidato, quello delle famiglie Bortolomiol e Castagner, e una collaborazione preziosa che sancisce il Made in Italy e la sartorialità di prodotti unici, come questo distillato, disponibile da questo mese in sole 3000 bottiglie da 0.5 l racchiuse all'interno di un elegante astuccio rosso laccato.

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

## OMER GROUP



Omer S.p.A. di Susegana, leader internazionale nella produzione di chiodatrici pneumatiche e punti metallici, ha festeggiato lo scorso 9 giugno i primi 45 anni di attività. Al posto d'onore il Presidente e fondatore dell'azienda Pietro Rossetto. Insieme a lui si sono ripercorsi questi anni di crescita di un'azienda nata artigianale per poi diventare una moderna impresa industriale con 130 collaboratori.

“La filosofia che distingue il Gruppo Omer – dichiara il General Manager Renzo Rossetto, figlio del fondatore – si basa su una continua ricerca e innovazione e qualità dei prodotti, la versatilità del Gruppo permette di essere competitivi nel mercato, supportato da uno staff di professionisti. Grazie a esperienza, nella vendita e assistenza nel post vendita, riusciamo a conquistare anche mercati emergenti quali Emirati Arabi, Africa, Nuova Zelanda con un prodotto al 100% made in Italy”.

L'azienda è proprietaria e licenziataria del marchio More (chiodatrici e chiodi) e del marchio Raptor, per i punti in plastica. A Pietro Rossetto si deve l'invenzione dei chiodini senza testa, spilli da 0,64 millimetri di diametro, i cosiddetti chiodi invisibili che hanno dato vita all'azienda e rivoluzionato i reparti del finissaggio manuale.

Incominciò a proporre il suo nuovo prodotto insieme con le chiodatrici pneumatiche. Nel 1980 la trasformazione in Società per Azioni e il trasferimento nell'attuale sede direzionale a Susegana.

Nel tempo si sono aggiunti anche il sito produttivo di Gambarà (Brescia), dove la famiglia Rossetto controlla la Velo, società che produce esclusivamente graffe, Omer Usa, in Texas, Omer Hungary e Iro in Romania. Il Gruppo Omer conta di aprire nuove sedi nel triennio 2017-2020. Il fatturato è arrivato ai 20 milioni di euro, per l'80% realizzato nei mercati esteri.

Foto: Pietro Rossetto

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

## GRUPPO SAFILO



Il Gruppo Safilo, creatore italiano di occhiali completamente integrato, produttore e distributore mondiale di qualità e fiducia, ha annunciato lo scorso luglio un accordo di partnership esclusiva per la distribuzione in Cile con Valente Eyewear & Trade, leader locale di lunga tradizione, comprovate capacità e credibilità nel settore.

“Siamo impegnati ad ampliare la nostra offerta in Cile con marchi leader mondiali, trend-setter di design e di altissima tecnica. Vediamo una opportunità interessante in Cile per costruire anche qui i nostri marchi e sviluppare ulteriormente la distribuzione dei nostri occhiali attraverso tutti i segmenti di consumo”, ha dichiarato Luisa Delgado, Amministratore Delegato del Gruppo Safilo.

“Siamo orgogliosi di avere l'opportunità di lavorare con Safilo per sviluppare i loro brand in Cile. Ci concentreremo su una distribuzione mirata, i livelli più alti di servizio al cliente e di comunicazione con i consumatori locali. Safilo è globalmente riconosciuta quale leader mondiale degli occhiali di design e qualità e per una distribuzione dagli standard elevatissimi. È un onore per noi lavorare con Safilo e contribuire con il nostro modello di business a una crescita di lungo termine insieme”, hanno aggiunto Álvaro e Maria Valente, titolari di Valente Eyewear & Trade.

Il mercato cileno è un'ulteriore integrazione alla Divisione America Latina (LA), creata alla fine del 2013 nel contesto del Piano Strategico di Safilo denominato 2020. LA comprende le filiali di Brasile e Messico con uno showroom e un ufficio regionale di rappresentanza basato a Miami e partner per la distribuzione locale nei principali mercati latino-americani di Argentina (da un anno) e ora Cile.

Nel contesto della sua strategia di sostenibilità che pone al centro il trionfo prodotto-persone-ambiente e riflette

l'impegno aziendale a valorizzare la tradizione e l'innovazione per lo sviluppo di un moderno savoir-faire dell'occhiale, Safilo ha inoltre lanciato a settembre la terza edizione della Scuola Prodotto, un programma di apprendistato triennale che unisce training on-the-job strutturato, lezioni in aula e coaching individuale. Affidando alle nuove generazioni la propria eredità, incoraggiando la ricerca e celebrando la maestria artigianale in un contesto internazionale unico, Safilo offre, attraverso la creazione di competenze specialistiche, un contributo attivo allo sviluppo dell'industria dell'occhialeria, sempre più citata tra i simboli dell'eccellenza italiana.

Il Gruppo Safilo è leader nell'eyewear di alta gamma per il sole, la vista e lo sport. Ispirato dal Design e guidato dal Marchio, Safilo traduce progetti straordinari in prodotti eccellenti creati grazie a un'expertise artigianale che risale al 1878. Con un vasto network distributivo interamente di proprietà in 40 Paesi – in Nord America e America Latina, Europa, Medio Oriente e Africa, Asia-Pacifico e Cina – Safilo è impegnata nella distribuzione qualitativa dei suoi prodotti in tutto il mondo. Il portfolio di Safilo comprende Carrera, Polaroid, Smith, Safilo, Oxydo, Dior, Dior Homme, Fendi, Banana Republic, Bobbi Brown, Boss, Boss Orange, Céline, Elie Saab, Fossil, Givenchy, havaianas, Jack Spade, Jimmy Choo, Juicy Couture, kate spade new york, Liz Claiborne, Marc Jacobs, Max Mara, Max&Co., Pierre Cardin, Saks Fifth Avenue, Swatch e Tommy Hilfinger.

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

## TECNOSTRUTTURE



Tecnostrutture S.p.A. di Noventa di Piave ha sviluppato NPS®, tecnologia sismoresistente, per costruire più veloce e sicuro sempre più diffusa anche all'estero, scelta da archistar e investitori di rilievo. In Italia così come all'estero, infatti, sono sempre di più gli investitori

di spicco che scelgono questa tecnologia – Ferrari e Toro Rosso per citarne un paio – proprio per la sicurezza e per la certezza del risultato in termini di costi, tempi e resa estetica. La flessibilità progettuale è il tratto distintivo che ha reso le strutture NPS® la scelta naturale per realizzare opere complesse di archistar come Botta, Meier o Kuma. Trave, pilastro e solaio in acciaio e calcestruzzo compongono NPS® New Performance System. La tecnologia innovativa che assicura una soluzione costruttiva sismoresistente con risparmio di tempo e costi, sviluppata da Tecnostrutture. Da oltre 30 anni, contraddistinguono l'azienda il suo staff tecnico altamente specializzato e l'intensa attività di ricerca e sviluppo, portandola ad essere protagonista nei più importanti progetti ingegneristici italiani tra i quali metropolitane, opere stradali ed edifici alti. Puntelli, legno e casseforme appartengono al passato. NPS® ha industrializzato il costruire permettendo di ridurre drasticamente il numero di operai in cantiere, offrendo di conseguenza maggiore sicurezza e velocizzando al contempo il montaggio. Gli elementi strutturali in acciaio vengono prodotti in stabilimento e arrivano in cantiere pronti per essere posati. Grazie alle loro caratteristiche intrinseche, gli elementi NPS® sono più leggeri e duttili rispetto alle costruzioni tradizionali. Questo si traduce in una elevata sicurezza sismica e in minori costi per le fondazioni. I tempi di realizzazione degli interventi si riducono anche del 50% rispetto ad un processo costruttivo tradizionale.

La nuova sede direzionale del Gruppo farmaceutico Angelini è un esempio di ricostruzione sismoresistente, ecosostenibile e senza spreco di territorio, realizzato con i prodotti NPS® di Tecnostrutture. L'edificio è stato isolato sismicamente garantendo una elevatissima sicurezza sismica ed incrementando così anche valore della costruzione. È stato impiegato il pilastro brevettato Sismi PDTI® con isolatore sismico pre-installato in stabilimento, capace di garantire sicurezza sismica già in fase di costruzione. In prima linea per la sicurezza sismica, il Presidente di Tecnostrutture, Franco Daniele, coordina la sezione tecnologie antisismiche dell'associazione Ingegneria Sismica Italiana, della quale Tecnostrutture è tra i soci fondatori.

[www.tecnostrutture.eu](http://www.tecnostrutture.eu)

## ZANUTTA



“È un momento di svolta per il settore delle costruzioni, confermato dagli ultimi incoraggianti dati sull'aumento degli investimenti e dei finanziamenti. Il nuovo insediamento di Zanutta a Mogliano Veneto arriva in un contesto di grandi trasformazioni, anche culturali”. Così la Presidente di Unindustria Treviso Maria Cristina Piovesana, intervenendo all'inaugurazione della nuova filiale di Zanutta S.p.A. a Mogliano Veneto. Un investimento di 1 milione di euro che punta a consolidare la presenza di uno dei più grandi gruppi del comparto edilizia e arredo casa del Triveneto e a rilanciare il “sistema casa” sul territorio. La nuova sede occupa gli spazi dell'ex Bortoletto, in via Giotto 11 (zona industriale SPZ). Con oltre 8000 mq di reparti per la termoidraulica, la ferramenta e l'edilizia, 1000 mq di show room e più di 30mila articoli trattati, punta a diventare un riferimento unico per le imprese e i privati della zona. Offre tutte le specializzazioni del marchio, dai materiali per le costruzioni all'impiantistica, dalla ferramenta professionale all'hobbistica. Presente anche una vasta gamma di articoli e finiture per la casa, ceramiche, porte, serramenti, arredo bagno. Una ventina le persone occupate. Il taglio del nastro, introdotto dai saluti dall'Assessore Comunale Ferdinando Minello e del Consigliere della Provincia di Treviso Roberto Fava, ha ospitato un dibattito con istituzioni e imprenditori su situazione attuale e futuro dell'edilizia in regione. Accanto alla Presidente di Unindustria Treviso sono intervenuti gli imprenditori Vincenzo e Gianluca Zanutta, a capo dell'impresa di origine friulana nata negli anni '50 e oggi attiva con 23 sedi in tutto il Triveneto, e Francesca Grigolin il Direttore commerciale del Gruppo Grigolin, moderati da Silvia De Giorgi, designer e volto televisivo di Rai 2 e Fine Living.

La filiale di Mogliano Veneto porta a quota 13 le sedi Zanutta presenti in re-

gione. Oltre all'area trevigiana il gruppo ha sedi anche nelle province di Venezia, Belluno e Padova. Sono 23 le filiali complessive attive tra Friuli Venezia e Veneto. Sono in fase di apertura anche una nuova filiale a Cervignano del Friuli (Udine) e a Parigi, in Francia, la prima all'estero. L'azienda è leader di settore con 350 dipendenti e un fatturato di 80 milioni di euro.

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

## FILOBLU



Digital company dell'innovation valley veneta, FiloBlu è una realtà unica in Italia che si pone come partner delle aziende per lo sviluppo e l'accelerazione del business sui mercati globali grazie al digitale.

L'azienda è stata recentemente segnalata da Deloitte nella classifica Technology Fast500TM che premia le società high-tech europee a maggior crescita, figura nella top 100 di Red Herring Europe e nelle Top 1000 Europe's Fastest Growing Companies secondo il Financial Times, chiudendo il fatturato 2016 con una crescita del 800% rispetto al 2013.

Fondata nel 2009 da Christian Nucibella come società specializzata nella realizzazione di siti e-commerce sviluppati su misura, FiloBlu conta oggi oltre un centinaio di professionisti e ha ampliato significativamente le sue competenze collaborando in prima linea come e-business partner di aziende in settori quali la moda, gli accessori, il beauty e il lusso.

Oggi tra i suoi clienti figurano brand quali Automobili Lamborghini, Santoni, René Caovilla, Elisabetta Franchi, Antony Morato, Collistar, Original Marines, Maliparmi, Ballin, Peuterey, Manila Grace e Lotto Sport.

L'articolata struttura di FiloBlu – che comprende la sede di Santa Maria di Sala, una filiale a Napoli e uffici a Milano, Lugano, Barcellona, Londra, Praga, New York e Hong Kong – è pensata per presidiare direttamente e con competenze specialistiche tutti gli aspetti dell'e-business e della shopping experience. Dalle strategie per lo sviluppo sui mercati internazionali alla creazione e gestione dello shop, dal piano commerciale al merchandising della vetrina online, dalla logistica al customer care, fino al coinvolgimento dell'utente finale per garantire un'esperienza d'acquisto totalmente personalizzata.

FiloBlu è il partner strategico per i brand che vogliono affrontare la sfida dell'internazionalizzazione e portare avanti una strategia integrata tra digital sales e retail fisico. Un percorso possibile grazie a una struttura internazionale, alle partnership con i principali player mondiali (Amazon, Alibaba, Google e Facebook solo per citarne alcuni) e un customer service che offre un servizio su misura in oltre 6 differenti lingue per più di 20 brand lifestyle con un team interno di 40 professionisti.

Una forte spinta all'innovazione ha portato allo sviluppo della Commerce Intelligence Platform, un sistema di Business intelligence proprietario, attraverso il quale FiloBlu è in grado di guidare il brand nell'analisi dei dati, la definizione degli obiettivi di business e identificare le azioni da mettere in atto.

Foto: Christian Nucibella

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

## ALISEO GROUP



Cosa hanno in comune il Burj Khalifa Tower, Burj Al Arab e l'Hilton Beach Club di Dubai, lo Yas Marian Hotel e il Ministry of Defence di Abu Dhabi, il Bahrain City Lub, il Molino Stucky Grand Hotel di Venezia, l'aeroporto di Monaco, l'Università delle Scien-

ze ad Amsterdam, l'Ospedale di San Pietroburgo, l'Unesco Head Quarter a Parigi e il Crystal Tower a Madrid e oltre mille altre importanti referenze nel mondo? Sono meraviglie architettoniche dove sono presenti macchine per la climatizzazione, il trattamento ed il confort ambientale progettate e fornite da Aliseo di San Zenone degli Ezzelini, Gruppo guidato dal Presidente Francesco Boaro.

Francesco, fautore dell'azienda dal 1975, ha una visione sempre proiettata al futuro e alla valorizzazione delle risorse umane, con un attaccamento alla sua terra veneta dove si trova il quartier generale del Gruppo. È qui che ancor'oggi, nonostante le insidie della crisi economica nazionale ed internazionale, vengono compiuti importanti investimenti in capitale umano ed innovazione, i quali hanno permesso ad Aliseo Group di acquisire società e sedi nel mondo. "Le risorse umane – afferma Francesco Boaro – sono al centro di ogni iniziativa. Il dialogo con i lavoratori è costante, nel rispetto delle professionalità di ognuno, in Italia e all'estero". Visione che ha contribuito a far realizzare al Gruppo prestigiose commesse, come le precedenti sopra citate, e le ultime in ordine temporale, quali il Muscat Airport in Oman e l'International Security Force Project in Qatar. Successi che si collocano in un contesto internazionale mutevole: "Posso controllare – sottolinea il Presidente – le politiche interne al mio gruppo, non quelle macroeconomiche dei mercati internazionali. Per questo una grande commessa è da un lato motivo di soddisfazione, dall'altro l'inizio di un percorso tormentato legato al quadro politico mondiale". Sfide che Francesco Boaro riesce però a vincere grazie alla forza della sua squadra ed al suo grande carisma umano e imprenditoriale.

Foto: Francesco Boaro

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

## CORVALLIS

Il Gruppo Corvallis, società padovana tra le principali realtà di information technology a capitale italiano, è entrato nel Servizio Elite del London Stock Exchange Group. La presentazione è avvenuta in Borsa Italiana. Corvallis è inserita nell'ambito del modello Elite Kpmg Lounge. Il progetto consiste nella creazione di un ambiente dedicato



in cui l'azienda viene messa al centro di un network di valore e di opportunità. Partecipando ad Elite, Corvallis punta a ottenere un consolidamento sia in termini di competenze manageriali interne sia in termini di presenza sui mercati, dove si valutano possibili ulteriori diversificazioni all'estero, e ad acquisire una maggiore riconoscibilità e visibilità del brand.

Per il Gruppo Corvallis si tratta di un naturale percorso di evoluzione dopo un'intensa fase di sviluppo, realizzata attraverso crescita interna, diversificazioni di settore e acquisizioni strategiche. Negli ultimi cinque anni, i ricavi del Gruppo Corvallis sono aumentati del 165% passando dai 52 milioni di euro del 2012 ai 138 milioni del 2016. I dipendenti da 600 a oltre 1.400. Nel solo 2016, in particolare, Corvallis ha visto crescere il fatturato del 10% rispetto al 2015. Si consolidano anche gli indici di redditività con l'Ebitda che nel 2016 si attesta a 12,2 milioni di euro (+11%). In netto miglioramento anche la posizione finanziaria netta, che passa da -15,5 a -13,2 milioni di euro, confermando il trend degli ultimi anni. Corvallis ha ricevuto da Cerved il rating A2.2 ed è stata definita "tra le imprese più solide e competitive del suo mercato di riferimento".

"Negli ultimi anni - commentano Antonio Santocono ed Enrico Del Sole, rispettivamente Presidente di Corvallis S.p.A. e Amministratore di Corvallis Holding - abbiamo migliorato i processi interni di controllo e di governance, le relazioni con la clientela e incrementato la redditività. Tutte queste iniziative trovano in Elite una naturale fase di sbocco. Un'eventuale quotazione di borsa resta al momento solo un'ipotesi, che intendiamo percorrere soltanto dopo aver raggiunto una adeguata massa critica in termini di volume di ricavi e quando il gruppo avrà raggiunto risultati dimensionali appropriati per destare un concreto interesse da parte degli investitori. Per ora diamo più peso alla crescita di efficienza e generazione di cassa e allo

scouting di imprese innovative". Corvallis, il cui capitale sociale è detenuto in maggioranza dai soci fondatori Antonio Santocono ed Enrico Del Sole, presenta già una buona esperienza nel mercato dei capitali, avendo già partecipato all'emissione di mini bond per un valore nominale complessivo di 18 milioni (nel 2014 e nel 2017) e avendo attualmente tra i soci di riferimento un fondo di private equity, NEM Sgr del Gruppo Banca Popolare di Vicenza. Corvallis opera principalmente nel settore finance, in cui si concentra il 63% dei ricavi. Il 90% delle banche e l'85% delle società di assicurazioni italiane utilizza i suoi servizi. La sua offerta è altamente specializzata nella consulenza IT, nel software integration, nell'outsourcing e nella realizzazione di prodotti informatici e applicativi. Il Gruppo ha inoltre accresciuto negli ultimi anni gli investimenti nei settori IT con i maggiori margini di crescita come multicanalità, industry 4.0, digitalizzazione della PA, smart city, fintech e sicurezza informatica attraverso l'acquisizione di imprese prodotte innovative e riservando annualmente il 20% del suo ebitda ad attività di ricerca e sviluppo.

Foto: Antonio Santocono ed Enrico Del Sole

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

## AUTOTRASPORTI DE GIROLAMI



Autotrasporti De Girolami S.p.A. di Motta di Livenza negli ultimi tre anni ha intrapreso una politica espansiva sul mercato dei trasporti internazionali, forte della propria solidità finanziaria e di una clientela importante: nuove filiali all'estero (Romania, Russia, Regno Unito), nuove partnership nelle nazioni chiave (Italia, Francia, Germania

e Spagna), nuova struttura di vertice e inserimento di manager capaci e di lunga esperienza. Il fatturato 2016 ha superato i 31 milioni di euro (+6,35% sul 2015) mentre l'Ebitda gestionale ha toccato 1,6 milioni (+ 74,9% sul 2015). Luca Lesignoli, Amministratore Delegato in carica dal 1° febbraio 2017, ha ottenuto lo scorso 30 aprile l'approvazione del piano industriale 2017-2021 da parte del CdA. Il nuovo piano industriale dà un forte indirizzo di consolidamento, espansione e rinnovamento operativo della società, con l'obiettivo di affermarne la leadership nel delicato settore del trasporto internazionale di arredi e complementi d'arredo, che è nella vocazione dell'impresa fin dal 1977, anno di costituzione della S.p.A. Insieme ai membri della famiglia De Girolami, in primis Flavio e Renzo, fratelli e storici capitani dell'impresa, Luca Lesignoli è il fautore del nuovo corso. Consulente e imprenditore, Luca Lesignoli è stato Direttore Commerciale di Infracom e del gruppo Artoni, che ha lasciato al massimo dei risultati, nel 2012. Laureato in Fisica a Bologna nel 1991, un diploma di pianoforte conseguito in gioventù nel prestigioso conservatorio di Mantova, Luca Lesignoli compendia numeri e visione, lucidità nel perseguire e raggiungere obiettivi ambiziosi e capacità di motivare.

"Autotrasporti De Girolami è una società capace di autofinanziarsi e di costruire il proprio futuro su basi salde." dichiara Luca Lesignoli "È una delle grandi aziende del Veneto che ha saputo strutturarsi in senso moderno e manageriale, agendo in continuità e con serietà. Sono orgoglioso di avere l'opportunità di collaborare con la famiglia De Girolami nell'affermare la crescita di un'impresa storica del territorio trevigiano, un'impresa che oggi conta 280 tra dipendenti, collaboratori e partner in 4 diversi Paesi europei. La nostra dedizione nel fornire servizi d'eccellenza è totale. Autotrasporti De Girolami nel 2016 ha assicurato ai propri clienti, prevalentemente produttori e retailer di arredi di fascia alta e lusso, risultati che rasentano la perfezione con una puntualità di consegna del 98,60% delle consegne, su un volume di oltre 181.120 spedizioni all'anno. Vogliamo continuare a migliorare le performance dei nostri servizi e per questo abbiamo varato un piano di investimenti consistenti che

prevede in particolare due punti focali: l'aggiornamento continuo delle tecnologie tradizionali su cui stiamo continuando ad investire, con l'arrivo di 25 nuovi mezzi, e un importante piano di costruzione di tutti quei servizi tecnologici che, oltre a migliorare la comunicazione con i clienti, abiliterà l'attivazione di una gamma di nuovi servizi in grado di consolidare la nostra posizione di leadership nel mercato della logistica per il mobile. A questo affianchiamo l'entrata in azienda di nuove professionalità come l'attivazione di una divisione di ingegneria logistica e l'arrivo di un nuovo Direttore Operativo con profonda esperienza in realtà complesse e strutturate nel mondo".

Il massimo impegno di Autotrasporti De Girolami oggi si pone quindi nel perfezionamento e nell'ampliamento dei servizi, al fine di soddisfare le esigenze di un mercato che richiede suprema cura, oltre che efficienza.

Foto: Luca Lesignoli

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

## DOGTROT



Per Dogtrot S.r.l. di Carbonera lavorare a un progetto di comunicazione e design per il mondo del turismo significa raccontare in modo coerente una realtà, uno stile di vita, attraverso tutti gli elementi coinvolti: dal design di una casa mobile alla definizione della strategia visiva che accompagna la nascita di un nuovo brand. Il processo creativo inizia con lo studio della committenza, l'analisi della tipologia del servizio

offerto, della clientela e del sistema di mercato a cui essa appartiene.

Per quanto concerne quest'ultimo punto, il 2017 è stata l'estate migliore degli ultimi dieci anni per il turismo nel nostro Paese (secondo i dati di Confesercenti) ma, segnala il Travel & Tourism Competitiveness Index del World Economic Forum in Italia, "la priorità del settore è scesa di 10 posizioni". A questo si aggiunge quanto evidenziato dalle attività dei primi tre anni dell'Osservatorio Innovazione Digitale nel Turismo, se da una parte "i consumatori finali di servizi turistici digitali in Italia (italiani ed esteri) sono molto vivaci, dinamici, attenti e cambiano velocemente per adattarsi alle nuove opportunità offerte dal digitale, dall'altra l'offerta fatica a tenere il passo della domanda, a meno di alcune realtà solitamente native digitali e non italiane (in particolare le grandi Internet Company del settore turismo)".

Studiando i trend attuali e futuri, Dogtrot ha ridisegnato il sistema visivo, la segnaletica e la presenza digitale del PuntAla Camp & Resort ([campingpuntala.it](http://campingpuntala.it)). In particolare si è reso necessario ridefinire l'esperienza dei canali virtuali del campeggio, tenendo conto del ruolo pervasivo del web: i contenuti del sito sono stati pensati e strutturati per garantire una navigazione informativa e formativa che potesse tradursi il più velocemente possibile in richieste di prenotazione. Fondamentale nell'ideare i contenuti l'approccio creativo, per ispirare ed emozionare gli utenti (il 67% dei turisti digitali cerca ispirazione online), e strategico per agevolare il più possibile il cliente nel suo processo d'acquisto (l'84% delle persone che cercano online informazioni sul viaggio poi prenotano sui canali digitali). La nuova immagine di PuntAla, sui diversi strumenti on e offline, ha definito un contesto di riferimento coerente e sostenibile, facilmente riconoscibile e capace di trasmettere una sensazione di appartenenza in una community sempre più reattiva e proattiva.

Per il settore ricettivo Dogtrot ha affrontato numerosi progetti di design, introducendo questa dimensione nel mondo del prefab. La casa mobile è la tipologia abitativa che sviluppa al meglio lo stile contemporaneo di vacanza, nomade e libero, in dialogo con il contesto circostante, capace di rispondere alle esigenze

di comfort e relax a contatto diretto con la natura. L'intervento più recente ha visto la riconfigurazione funzionale e paesaggistica dell'area kids del Camping Village dei Fiori di Cavallino Treporti (Jesolo, [deifiori.it](http://deifiori.it)). Il progetto ha interessato il design delle strutture dedicate ai servizi e all'area gioco, l'ideazione dell'immagine coordinata, la definizione di un nuovo sistema di segnaletica e di illuminazione.

Silverfield ([silverfield.com](http://silverfield.com)) è la nuova startup nata in collaborazione con Thomas Daddi, imprenditore italo-americano del settore turistico. Una mini-catena di hotel orizzontali, il primo aperto a Punta Ala, ispirato all'icona che per eccellenza racconta un modo di viaggiare libero e spensierato che coniuga lo stile USA anni '60 a un'idea di comfort attuale.

Per Big Berry ([bigberry.eu](http://bigberry.eu)) Dogtrot ha ideato il concept e il progetto di una nuova collezione di case mobili, il format di boutique camping e l'identità visiva dell'intero sistema. A Kolpa river, in Slovenia, è stato aperto il primo villaggio Big Berry e tre nuove destinazioni sono in arrivo.

Per l'Union Lido Park Resort ([unionlido.com](http://unionlido.com)), villaggio-camping a 5 stelle che si estende sul litorale di Cavallino Treporti (Jesolo) Dogtrot ha sviluppato due distinti progetti abitativi. Caravan Audi nasce dalla collaborazione con Audi Tradition e Adria, leader mondiale del settore caravan e camper, ridefinendo il concetto di caravaning: un design innovativo, arredi interni ed esterni hi-tech, cura artigianale dei dettagli. Le case mobili Menta caratterizzano invece un vero e proprio "quartiere residenziale" all'interno dell'Union Lido Park Resort. Disegnate per offrire un nuovo stile di vacanza a diretto contatto con la natura, ispirate al modello di casa tipico del Nord America, dal layout funzionale e flessibile, che consente di vivere la veranda come living. I casi studio raccontati evidenziano come l'approccio multidisciplinare sia alla base di ogni nuovo progetto, un'attitudine che consente a Dogtrot di gestire proposte omnicanal complesse, dove ogni strumento di comunicazione è perfettamente integrato con il tutto.

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



Continua anche nel 2016 il trend positivo di Irinox S.p.A. di Corbanese di Tarzo, azienda specializzata in tecnologie innovative per la ristorazione e la cucina.

L'esercizio 2016 si è infatti chiuso con ricavi consolidati che superano i 50 milioni di euro – registrando un progresso del 15% rispetto al 2015 – e con un Ebitda pari a 5 milioni di euro circa. L'azienda sta approntando inoltre un nuovo piano industriale che stima per il prossimo quadriennio il raddoppio delle attuali dimensioni in termini di fatturato.

Una strategia di crescita che si svilupperà partendo dalla rimodulazione dei propri spazi produttivi, grazie all'acquisizione di due nuovi stabilimenti sempre all'interno del perimetro del territorio di riferimento. Si tratta di due aree industriali contigue e attualmente occupate da un'azienda storica della lavorazione del legno nel panorama vittoriese, La San Giuseppe S.r.l.

Entro il 2017 verrà reso operativo il primo stabile, che occuperà una superficie produttiva di circa 9.000 metri quadri, attraverso un ampliamento e un adattamento strutturale alle esigenze specifiche delle linee di produzione degli abbattitori di temperatura e dei conservatori professionali Irinox.

“Per noi si tratta di investimenti notevoli perché di fatto raddoppieremo entro il 2019 le nostre superfici produttive – ha dichiarato Katia Da Ros, Vicepresidente e Amministratore Delegato di Irinox S.p.A. – portandole a un totale di quasi 25.000 mq, ubicate su oltre 50.000 mq di terreni disponibili. Lo facciamo rimanendo ben ancorati al territorio trevigiano e al nostro distretto, dove siamo nati e cresciuti in questi 28 anni

di attività”. “Ma non è l'unico impegno per il 2017 – prosegue Katia Da Ros – considerato che l'azienda ha pianificato anche l'incremento dei propri addetti, portandoli dagli attuali 250 a oltre 300 unità, potenziando così l'organico che rappresenta la forza e il successo di Irinox e che aggiunge valore alla nostra realtà imprenditoriale”.

La tecnologia di Irinox è stata scelta anche dall'Autostrada del Brennero S.p.A., conosciuta anche dagli automobilisti attraverso la sua sigla A22, come il partner maggiormente affidabile per il proprio progetto di sicurezza all'interno delle gallerie presenti nella tratta in gestione. Una commessa che riguarda la realizzazione dei quadri elettrici per le colonnine SOS e di quelli per i presidi antincendio, presenti in 10 su 17 dei tunnel che si trovano lungo il percorso.

Un appalto complesso in quanto i quadri di comando e controllo nelle gallerie dell'Autostrada del Brennero sono incassati alla parete delle gallerie stesse e non nei classici vani a lato dei tunnel. Quindi la forma fuori standard, che comunque deve rispettare le stringenti normative europee di settore, ha fatto sì che Irinox progettasse un modello di quadro elettrico in acciaio fortemente innovativo e integrato con l'ambiente, conservandolo all'interno di appositi armadi stonati che seguono il raggio delle gallerie. Un'abilità fortemente riconosciuta quella dell'azienda, che da oltre 25 anni fa della massima personalizzazione il principale distinguo nel mercato di riferimento. Un mercato legato alla progettazione e alla realizzazione di carpenterie per quadri elettrici applicabili in diversi settori, quali farmaceutico, chimico, alimentare, navale e altri, tutti accumulati dalla necessità di avere prodotti altamente resistenti, atossici e igienici; una qualità garantita da una produzione 100% Made in Italy.

Foto: Katia Da Ros

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

## FLUENCE ITALY

In seguito alla firma dell'accordo di compravendita tra Emefcy Group Limited e RWL Water la compagnia ha definito la fusione tra le due aziende per la creazione della compagnia Fluence. La sede italiana, Fluence Italy si trova a Padova e vede impiegati 40 dipendenti.

La nuova realtà unisce tecnologie inno-

vative di trattamento dell'acqua e consolidate piattaforme di servizi per ottimizzare efficacemente il ciclo dell'acqua del ventunesimo secolo. Fornisce soluzioni locali, sostenibili e rapide per il trattamento di acque, acque reflue e riutilizzo per il middle market che consentono alle aziende e alle comunità di sfruttare al meglio le proprie risorse idriche. Si differenzia dai concorrenti grazie alla fornitura di soluzioni per il trattamento compatte e pronte per l'uso ad alta efficienza, alla sua capacità di occuparsi di tutti gli aspetti del ciclo dell'acqua e di offrire una differenziata gamma di prodotti.

Le soluzioni per acque e acque di scarico di Fluence sono incentrate sul mercato in rapida crescita del trattamento decentrato. Fluence potrà diventare una pedina chiave in questo settore, oggi servito principalmente da fornitori regionali che non possono offrire soluzioni chiavi in mano. La nuova realtà combina la pipeline innovativa di Emefcy con l'innovazione globale di RWL Water e la rapida implementazione di soluzioni standardizzate. L'azienda congiunta punta alla penetrazione del massiccio mercato di trattamento delle acque reflue rurali in Cina. Fluence sarà in grado di catturare numerose opportunità in altri mercati chiave come nelle regioni sottoposte a stress idrico (in particolare USA, Medio Oriente e America Latina). La previsione è che Fluence creerà sostanziali sinergie di vendita tra prodotti e impianti di Emefcy e di RWL Water e una crescita ancora più rapida dei ricavi.

“Fluence unirà due team professionali, esperti nel settore globale di trattamento delle acque e delle acque reflue – ricorda Henry Charrabé, Presidente e Ad di RWL Water e Managing Director e CEO di Fluence. Questi team sanno implementare le soluzioni per risolvere qualsiasi problema dell'acqua in tutti i segmenti di mercato nel mondo. Sarà la prima azienda che potrà focalizzarsi nel soddisfare le crescenti necessità mondiali sul trattamento decentrato delle acque e delle acque reflue con sistemi

sofisticati e rapidi per fornire soluzioni containerizzate. Con oltre 7mila referenze in più di 70 Paesi, possiamo offrire innovazioni tecnologiche e sistemi innovativi per soddisfare i nostri ambiziosi obiettivi”.

“Fluence sarà un’azienda innovativa, con il suo Reattore a Membrana Aerato a biofilm a elevata differenziazione (“MABR”) che consente di risparmiare il 90% dell’energia utilizzata nel trattamento delle acque reflue e ridurre così l’OPEX dell’impianto del 50%. La combinazione della tecnologia MABR e la serie di innovazioni in arrivo, insieme alla forte piattaforma di esecuzione di RWL Water, ha il potenziale per aumentare significativamente la nostra quota nel mercato da 13 miliardi di dollari delle soluzioni decentralizzate, e permetterci di diventare un fornitore leader per l’attuale investimento di 15 miliardi di dollari da parte della Cina nelle soluzioni trattamento delle acque reflue rurali”, commenta Richard Irving, Presidente esecutivo Emefcy e Presidente esecutivo designato di Fluence.

Fluence Corporation comprende 8 sedi operative nel mondo e 7 uffici regionali, per un totale di oltre 300 dipendenti. È quotata anche in borsa australiana (ASX:FLC). L’unica sede italiana, a Padova, offre soluzioni studiate in particolare per l’industria food & beverage, in grado di soddisfare le esigenze di trattamento acque primarie e reflue, soluzioni waste-to-energy e trattamenti alimentari. L’azienda è stata presente ad Ecomondo, la più grande fiera italiana sulla Circular Economy, che si è tenuta a Rimini dal 7 al 10 novembre.

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

## BISOL-VENISSA



Venissa è stata selezionata, assieme ai più prestigiosi marchi del lusso di Venezia, per rappresentare l’eccellenza della produzione viticola veneziana a Luxus, esposizione che si è tenuta al Padiglione Venezia, in occasione della 57° Esposizione Internazionale d’Arte – La Biennale di Venezia, da maggio a novembre. Per l’occasione 60 bottiglie di Venissa, delle annate 2010, 2011 e 2012, sono state installate su una parete dorata. Un’opera del valore di oltre 150mila euro al cui centro si trovavano le 16 bottiglie dell’edizione limitata “Prove d’artista”, creata da Giovanni Moretti. La bottiglia di Venissa incarna il legame con la storia di Venezia e omaggia tre intramontabili tradizioni veneziane: il vino, l’oro ed il vetro.

Venissa è il vino che ha portato l’isola di Mazzorbo all’attenzione dei wine-lovers, che arrivano da tutto il mondo per visitare la vigna murata e provare la cucina d’avanguardia del Ristorante stellato. Notorietà raggiunta anche grazie alla classifica americana Vine-Pair, che ha selezionato il vino Venissa 2012 come il miglior bianco al mondo. Per Gianluca Bisol, “La cosa che più ci rende felici è l’aver riportato la tradizione viticola delle isole tra le eccellenze di Venezia, al pari dell’arte del vetro di Murano e dei raffinati tessuti veneziani. Venissa è un vino unico grazie al terroir che si è creato nel corso dei millenni nella Venezia Nativa, un insieme di terra trasportata dai fiumi dalle dolomiti alla laguna che si sposa con la sabbia e il sale portati dal mare. Qui nasce il vigneto di Venissa, che è anche oggetto di un fenomeno unico al mondo: l’acqua alta che penetra la vigna rendendo unico questo terroir.”

“Il tema dell’esposizione del Padiglione Venezia, il lusso, viene raccontato attraverso la grande tradizione dell’artigianato d’arte veneziana –ha spiegato il Professor Stefano Zecchi, curatore dell’iniziativa – di cui questo spazio espositivo fu, dal 1932 e per molti anni, la vetrina più prestigiosa. È un percorso in cui s’intrecciano forme, simboli, oggetti del passato ripresi dalla ricerca di aziende veneziane che sono l’eccellenza nella produzione artigianale di oggetti d’arte in vetro, mosaico, tessuto, porcellana, calzature e vino”.

[www.bisol.it](http://www.bisol.it), <http://venissa.it>

## ALBA ELETTRONICA

Punta all’industria 4.0. la Alba Elettronica S.r.l. di Mogliano Veneto, che produce circuiti stampati da 28 anni ed è riconosciuta sul mercato per l’alta qualità del prodotto e dei servizi offerti al cliente, realizzando ogni tipologia di PCB con le migliori tecnologie disponibili.

“Alba Elettronica – dichiara il Presidente Luca Bacchin – persegue da sempre una visione di smart industry, applicando una filosofia di miglioramento continuo per portare hi-tech produttiva e gestionale in ogni ambito aziendale. L’opportunità offerta dal Piano Nazionale Industria 4.0 ha reso possibile l’aumento degli investimenti previsti e l’avvio di un piano di ulteriore potenziamento della capacità produttiva. Nel plant produttivo di Mogliano Veneto, già molto avanzato tecnologicamente, è già stato installato il primo degli impianti previsti: una line automatica robotizzata per trattamento superficiale del rame: processo delicato e fondamentale per ottenere una forma ottimale delle connessioni elettroniche del PCB”.

Per un’idea della continuità e del valore tecnologico degli investimenti intrapresi da Alba Elettronica si possono citare ad esempio quelli più recenti. Nel reparto foratura sono state inserite due nuove stazioni EVO di Pluritec, per la microforatura di precisione, fino a 0,1 mm con profondità controllata +/-15 micron. Un’installazione che risponde con grandi performance alle crescenti richieste di velocità e precisione al massimo livello per multistrati sempre più densi, sofisticati, miniaturizzati. Nel reparto stampa invece è a pieno regime la più evoluta tecnologia di stampa diretta del pcb esistente sul mercato. NUVOGO 800 l’ultima generazione di stazione Direct Imaging prodotta dal leader mondiale Orbotech e installata all’interno di una camera bianca in classe 10000. “Disegna” l’immagine di inner layer, external layer e solder mask direttamente sul film fotosensibile con moduli laser multiwave.

Sono solo due delle tecnologie d’avanguardia che affiancano quelle presenti in ogni altro reparto: 5 potenti stazioni software Genesis di Orbotech in ufficio tecnico, linee di foratura ad alta velocità, controlli ottici AOI, stampa inkjet per le serigrafie, espositori a stampa diretta, test elettrici a sonde mobili ad altissima affidabilità.

“Oggi Alba PCB Group – continua Luca Bacchin – è un partner globale ad alta competenza e lunga esperienza, che si pone come partner globale per chi necessita di circuiti stampati e dei servizi collegati. Un gruppo di aziende fortemente specializzate, strettamente connesse e interagenti tra loro, capaci di grande sinergia. L’attenzione di Alba PCB Group è massima non solo sulla qualità del prodotto, ma anche sul fornire un servizio completo e su misura al cliente: dalla consegna rapida all’acquisto online, dal circuito Made in Italy al Far East di qualità garantita. Il fatto poi di essere da sempre dei produttori di circuiti stampati, si è tradotto in una serie di vantaggi notevoli per il cliente. Innanzi tutto ogni soluzione tecnica proposta arriva dalla competenza di chi circuiti stampati ne crea ogni giorno e ne conosce ogni aspetto”.

[www.alba-pcb.com](http://www.alba-pcb.com)

#### MHT

MHT S.r.l. di Lancenigo di Villorba, realtà consulenziale leader nell’implementazione dei sistemi gestionali ERP e CRM ha comunicato la nomina di Alfredo Belsito a nuovo Amministratore Delegato dell’azienda, ricevendo il testimone da Franco Coin, CEO e socio fondatore storico che lascia la direzione di MHT. Dopo aver guidato per vent’anni con grande successo l’azienda e aver portato MHT ad essere un punto di riferimento nel complesso settore delle soluzioni gestionali internazionali, confermandosi l’artefice anche delle solide relazioni con la casa di Redmond, Coin lascerà anche l’azienda per valutare nuove opportunità.

La nomina di Belsito rientra nel quadro di un’evoluzione indirizzata sempre di più a sviluppare il business connesso all’ecosistema Microsoft e a creare ulteriori sinergie con il mondo Engineering, azienda del Gruppo dove Belsito ricopre il ruolo di General Manager per il settore Industria e Servizi.

Alfredo Belsito, laurea in Ingegneria Meccanica all’Università degli Studi di Firenze e primi passi svolti direttamente nel settore metalmeccanico, si avvicina al mondo dell’ICT a metà degli anni ’80, contemporaneamente all’ingresso nell’allora giovane Engineering. In azienda ricopre nel tempo diversi incarichi in ambito commerciale e, a



partire dal 2005, viene nominato Direttore Generale, assumendo la responsabilità del mercato “Banche e Assicurazioni”, che guida fino al 2011. In questo arco di tempo, contribuisce allo sviluppo dell’offerta, che si arricchisce di nuovi prodotti bancari, nonché di una divisione Consulting specializzata nei processi di business e normativi. Successivamente è chiamato da Engineering ad operare anche nel settore “Industria e Servizi”, sempre in qualità di General Manager.

“Mi sento di esprimere una forte gratitudine a nome di tutto il Gruppo per i grandi risultati ottenuti in questi anni da Coin – evidenzia Alfredo Belsito, Amministratore Delegato di MHT – e ci impegneremo al massimo nel mantenere questi straordinari trend di crescita. Le sfide sono estremamente importanti e vogliamo assicurare i nostri specialisti interni e soprattutto i clienti sul mercato internazionale, che garantiremo la massima continuità di quanto già abilmente intrapreso. Proseguiremo nello sviluppo e supporto della soluzione Microsoft Dynamics 365 che coniuga le funzionalità ERP, CRM e si integra perfettamente con le soluzioni di Business Intelligence e Data Science. Ma soprattutto, continueremo nell’arricchire l’offerta del nostro portfolio, per supportare anche le nuove esigenze che guidano le imprese nel cogliere le opportunità di business legate alla Digital Trasformation”.

MHT ha inoltre ottenuto le prestigiose certificazioni relative alla piattaforma Cloud di Microsoft, la Silver Cloud CRM Competency e la Silver Cloud Platform, confermando l’expertise nella realizzazione e gestione di importanti progetti basati sulla piattaforma Microsoft per il business, supportando l’innovazione digitale delle aziende clienti.

In particolare, la certificazione Silver Cloud CRM prevede che il partner, oltre a dimostrare la propria consolidata esperienza tramite il parco clienti, debba implementare esclusivamente Microsoft CRM Online, supportando l’azienda cliente nell’utilizzo efficace della soluzione nella gestione dei flussi di lavoro e dei processi automatizzati. Inoltre, tra i suoi professionisti, ne deve annoverare almeno 20 certificati Microsoft. MHT ha pienamente soddisfatto tutti i criteri richiesti. La Silver Cloud Platform, invece, è la competenza assegnata a MHT per l’expertise confermata nello sviluppo di applicazioni e servizi cloud. Grazie alle performance di qualità, secondo i criteri fissati su Microsoft Azure, e ai riferimenti che dimostrano l’implementazione di progetti cloud e le referenze di clienti soddisfatti, MHT ha consolidato anche in questo caso le proprie competenze e la professionalità nello specifico mercato.

Nata nel 1997, MHT è una realtà consulenziale che, grazie al know-how funzionale e tecnologico, l’approccio metodologico e l’offerta di un servizio globale, è diventata un punto di riferimento nel mercato dei sistemi gestionali ERP e CRM di Microsoft Dynamics e per le soluzioni Microsoft di BI e Data Science. Nel febbraio 2014 è entrata a far parte del Gruppo Engineering. Partner Microsoft con competenze Gold ERP e Gold Data Analytics, MHT coniuga le riconosciute competenze funzionali e tecniche sviluppate nel mondo Microsoft Dynamics con ampie esperienze di progetto e assistenza in settori verticali. MHT fa leva su un solido gruppo di quasi 210 professionisti con riconosciuta esperienza nella conduzione e gestione di progetti di evoluzione informativa, agili e dinamici, per aziende di ogni dimensione. Con sede legale a Treviso, otto filiali in Italia – (Milano, Roma, Teramo, Padova, Treviso, Modena, Catania e Savona) – e una a Belgrado in Serbia, MHT ha realizzato nel 2016 un fatturato di 15 milioni di euro.

Foto: Alfredo Belsito

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

#### CARRARO

Nel business plan 2017-2021 presentato alla comunità finanziaria il Gruppo Carraro, leader nei sistemi di trasmissione per veicoli off-highway e trattori



specializzati, conferma la propria unicità di player in grado di fornire l'intera filiera di soluzioni tecnologiche per macchine off-highway, dal singolo componente al trattore agricolo completo. "Grazie ad una generalizzata ripresa dei mercati di riferimento e al bagaglio di oltre 140 milioni di euro investiti in questi ultimi anni in nuovi prodotti il Gruppo rafforza la propria posizione competitiva a livello globale. A conferma della centralità dell'innovazione il Business Plan 2017-2021 prevede ulteriori 90 milioni di euro dedicati all'R&D. Tutto ciò ci porta a stimare ulteriori importanti crescite oltre l'orizzonte di piano - commenta Enrico Carraro, Presidente del Gruppo -.

La ritrovata solidità finanziaria, evidente sia nell'incremento di marginalità sia nella evidente diminuzione della PFN, consente al Gruppo di presentarsi al mercato più forte che mai". Tra gli obiettivi specifici del Piano la previsione di oltre 30 nuovi prodotti in uscita sul mercato e lo sviluppo di nuove tecnologie nei prossimi 5 anni; il bilanciamento della presenza all'interno delle aree geografiche emergenti (India, Cina, Sud America, Turchia, Russia); il consolidamento del World Manufacturing Excellence Program (local for local e "4.0"); nuovi scenari tecnologici alla ricerca di maggiore efficienza attraverso soluzioni ibride ed elettriche.

Dal punto di vista finanziario nel periodo 2017-2021 il Gruppo prevede di crescere a livello di fatturato e soprattutto di migliorare sensibilmente in termini di redditività. Per il 2021 si prevede che il fatturato consolidato si attesti a quota 670 milioni di euro, con un CAGR 2016-2021 del 3,7% rispetto ai 558 milioni del 2016. La crescita sarà guidata principalmente dall'ingresso sul mercato di nuove gamme di prodotti nonché dal rafforzamento delle relazioni commerciali e dall'ampliamento della base clienti. Nel periodo si prevede una marcata crescita della redditività, registrando un CAGR 2016-2021 pari al 9,3% portando l'Ebitda

a quota 75 milioni di euro, con un'incidenza dell'11,2% sul fatturato (nel 2016 era pari a 48 milioni, 8,6% sul fatturato). Un risultato legato all'ottimizzazione della piattaforma produttiva globale, al consolidamento delle partnership con i principali fornitori, al processo di standardizzazione di alcune gamme di prodotto e al forte presidio sulle spese generali. La posizione finanziaria netta al 2021 si prevede a debito per 91 milioni di euro, in forte diminuzione rispetto ai 183 milioni del 2016. Per la chiusura dell'esercizio in corso il Gruppo prevede che al 31.12.2017 il fatturato si attesti a quota 583 milioni di euro, che l'Ebitda rettificato sia pari a 48 milioni di euro e che la posizione finanziaria netta sia a debito per 131 milioni di euro, portando il parametro finanziario PFN/Ebitda sotto le tre volte.

Carraro è un gruppo internazionale leader nei sistemi di trasmissione per veicoli off-highway e trattori specializzati, con un fatturato consolidato 2016 di 593,7 milioni di euro. Le attività del Gruppo si suddividono in due Aree di Business: sistemi di trasmissione attraverso le controllate Carraro Drive Tech e Siap; trattori attraverso la controllata Carraro Agritalia. Il Gruppo, la cui holding Carraro S.p.A. è quotata alla Borsa Italiana dal 1995 (CARR.MI), ha sede principale a Campodarsego, impiega 3.101 persone - di cui 1.390 in Italia - ed ha insediamenti produttivi in Italia (4), India (2), Cina, Argentina e Brasile.

Foto: Enrico Carraro

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

## MAGIS



Magis S.p.A. di Torre di Mosto, brand di riferimento assoluto nel mondo del design, ha presentato nuove proposte firmate da importanti personalità creative della scena internazionale. La collezione di design per bambini Me Too dà il benvenuto a Little Big (design Big-Game), una sedia regolabile in altezza su misura per i più piccoli, con accogliente scocca in plastica e solida base in legno. Sempre per Me Too, Blaise Drummond ha creato le serigrafie Leaves, con disegni delle foglie raccolte dall'artista nel suo cortile, simbolo della bellezza che è presente in ogni luogo, stampate su pregiata carta Fabriano Rosaspina 285 gr. 100% cotone.

Lo scorso maggio Magis è stata protagonista a New York del Design Pavilion, nel corso del quale Times Square è diventata una sorta di parco giochi all'insegna del buon design grazie a Spun, nata dalla creatività di Thomas Heatherwick e dalla ricerca Magis. Spun permette a chi vi si siede sopra di girare in tondo dondolandosi e di effettuare addirittura una rotazione completa di 360°. Affascinante scultura contemporanea quando è ferma, diventa un'accogliente e divertente seduta in movimento.

A novembre, per la prima volta, Magis ha sostenuto Artissima, considerata la fiera d'arte contemporanea per eccellenza nel panorama italiano ed è riconosciuta tra le migliori fiere al mondo per la sua identità altamente specifica. In occasione di questo appuntamento Magis è stata In-kind partner fornendo alcuni prodotti tra cui quattro Folly design Ron Arad oltre ad alcuni pezzi della collezione Traffic design Konstantin Grcic.

Magis sostiene anche i master di Domus Academy, prima scuola post-universitaria di design in Italia nata nel 1982. "Iconic the chair" è il concept per il Master in Product Design, in partnership con Magis. Progettata da Konstantin Grcic nel 2003, Chair One è una sedia unica, la cui forma è il frutto di lunghi studi preliminari, utilizzando sketch, modelli in cartonato e prototipi, prima di poter passare alla fase finale. Ai candidati verrà richiesto di progettare una nuova sedia che sia in grado di individuare l'identità iconica Magis attraverso un progetto che racconti la storia dell'oggetto. Le basi per l'ideazione e la produzione della sedia dovrebbero essere

quelle dell'Integration Design, in cui la tecnologia, il materiale (l'alluminio pressofuso) e la forma prendono vita.

Nata nel 1976, Magis punta a rendere accessibile a un'ampia fascia di utilizzatori dei prodotti di alta qualità funzionale e tecnologica, sviluppati insieme ai protagonisti del design internazionale, con una visione non solo estetica, ma anche etica e poetica del progetto. Dedicati a un pubblico internazionale (la quota dell'export è infatti attorno all'85%) i prodotti Magis sono 100% Made in Italy: una garanzia di alta qualità, in sintonia con una tradizione che dalle sue radici culturali e artigianali, attraverso l'evoluzione stilistica e la crescita industriale degli anni Ottanta e Novanta, continua a rappresentare uno dei maggiori patrimoni dell'azienda.

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

## LUCART



È possibile distribuire un prodotto in carta riciclata all'interno di un dispenser realizzato con materiali di recupero? Da oggi sì: è questa la case history di successo presentata da Lucart a Pulire, la più grande fiera della pulizia professionale in Italia, tra i principali eventi di settore a livello mondiale, che si è tenuta a maggio a Verona.

Grazie al progetto Fiberpack®, il progetto innovativo e sostenibile nato dalla collaborazione con Tetra Pak®, Lucart è in grado di riciclare il 100% dei componenti di un cartone per bevande, destinando il 74% delle fibre di cellulosa alla produzione di prodotti in carta riciclata, e il rimanente 26%, composto dal 22% di polietilene e dal 4% di alluminio, alla realizzazione dell'AL.PE.®, un materiale di recupero destinato alle industrie che producono manufatti per l'edilizia, elementi per l'arredo urbano e oggetti di uso comune. Proprio con questo materiale, Lucart ha realizzato una gamma completa di dispenser per area washroom, unendo al concetto di sosteni-

bilità i plus maggiormente richiesti dal mercato: semplicità maneggevolezza, design e affidabilità. In questo modo Lucart ha raggiunto un importante obiettivo: offrire un prodotto di qualità superiore in carta riciclata all'interno di un dispenser ottenuto da materiali di riciclo, realizzando così un vero e proprio esempio di economia circolare dei cartoni per bevande.

“Abbiamo voluto portare un esempio concreto di innovazione sostenibile attraverso soluzioni che si contraddistinguono per originalità ed efficacia. Da due materie prime innovative nascono due gamme di prodotti, che unendosi in un unico sistema sono in grado di trasferire concretamente la sostenibilità del brand Lucart Professional nel business quotidiano dei clienti nel mercato Away From Home”, ha dichiarato Francesco Pasquini, Sales and Marketing Director della Business Unit Away From Home di Lucart. Grazie a questo progetto all'insegna della sostenibilità e dell'innovazione, Lucart è stata selezionata da Ecolabel – che festeggia i suoi primi 25 anni a livello europeo – come azienda vincitrice del premio Ecolabel nell'ambito della seconda edizione del premio nazionale Ecolabel UE. Ecolabel UE è il marchio di qualità ecologica dell'Unione Europea (Ecolabel UE) che contraddistingue prodotti e servizi che pur garantendo elevati standard prestazionali sono caratterizzati da un ridotto impatto ambientale durante l'intero ciclo di vita. Lucart Professional ha ricevuto questo prestigioso riconoscimento per la categoria B, dedicata ai prodotti e/o servizi più innovativi dal punto di vista ambientale, in termini di design, utilizzo o iniziative intraprese.

“Siamo veramente orgogliosi di ricevere questo prestigioso riconoscimento che premia la nostra determinazione nel perseguire il modello di business circolare. Non a caso, nel 1998 siamo stati la prima azienda italiana a ottenere la certificazione Ecolabel e quindi a credere che la sostenibilità di un prodotto debba essere realizzata prendendo in considerazione l'intero ciclo di vita dello stesso – ha dichiarato Guido Pasquini, Direttore Commerciale Lucart -: “Ci auguriamo che la certificazione Ecolabel sia sempre più un punto di riferimento per questo tipo di economia”.

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

## PADOAN



Padoan S.r.l. di Olmi di San Biagio di Callalta non è solo produzione e vendita di serbatoi in tutto il mondo, è anche impegno sociale, culturale e sportivo sul territorio. Padoan è tra gli sponsor del Consorzio “Universo Treviso” che sostiene e promuove la squadra “Trevigiana Basket”, uno dei riferimenti più importanti per tutti i giovani cestisti della Marca Trevigiana, a partire dai più piccoli fino alla prima squadra. Sono numerosissime le aziende come Padoan che investono sullo sport locale, conosciuto in tutta Italia per la sua reputazione e il suo successo in classifica.

Padoan ha aderito al progetto perché crede fortemente in un nuovo modo di fare sport in cui, creando un network e facendo gioco di squadra, si mettono insieme passione, business e divertimento. Allo stesso tempo partecipare al Consorzio Universo Treviso significa visibilità su larga scala, nuove opportunità e nuove sinergie.

La passione per lo sport ha spinto l'azienda a sostenere le attività, l'impegno e i risultati di una squadra dai valori consolidati, radicata nel territorio, conosciuta ovunque. “Tante piccole stelle rendono il cielo più luminoso e più bello. Queste stelle sono i giocatori del Treviso Basket che hanno fatto di una squadra un successo; ma sono anche le persone della nostra azienda che insieme hanno contribuito ad essere leader nel nostro settore”, ha dichiarato con emozione Francesco Padoan.

La Padoan sostiene convintamente anche il Premio letterario Giovanni Comisso, giunto quest'anno alla XXXVI edizione, che ha visto la proclamazione dei vincitori nelle sezioni Letteratura italiana e Biografia il 7 ottobre.

L'azienda ha presentato in queste setti-

mana il nuovo filtro olio, Easy Filter<sup>®</sup>, che si caratterizza non solo per l'aspetto tecnico e funzionale ma anche per facilitare il lavoro di installazione e manutenzione del serbatoio. Il nuovo filtro è caratterizzato da un'altezza di 58 mm, di molto inferiore rispetto ai filtri olio tradizionali; questo consente di applicare il serbatoio olio anche in spazi dalle altezze ridotte. La connessione di ritorno olio può essere orientata facilmente in base alle esigenze del cliente e alla posizione del serbatoio. La testa del filtro è composta da due parti facilmente assemblabili e con una ampia adattabilità di installazione. Il nuovo filtro ribassato si adatta inoltre alla versione standard delle flange filtro Padoan (flangia multifunzione).

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

## SIT GROUP



SIT S.p.A., capogruppo operativa del Gruppo SIT, è dal 20 luglio quotata sul mercato AIM di Borsa Italiana. Lo sbarco a Piazza Affari è avvenuto grazie a un'operazione di business combination con la Spac Industrial Stars of Italy 2, a sua volta quotata su Aim da maggio 2016.

Per il Gruppo guidato dal Presidente Federico De' Stefani, si tratta di una tappa importante per crescere, attrarre management e talenti di alto livello, ma anche una fase di passaggio verso la quotazione nel listino principale in previsione per la primavera 2018.

Fondata nel 1953 da Pierluigi e Giancarlo De' Stefani, oggi Sit Group è leader europea e mondiale nella progettazione, produzione e vendita di componenti per gli apparecchi a gas a uso domestico. Con sede a Padova, ha otto società produttive - in Italia, Messico, Olanda,

Romania, Cina - 2000 dipendenti di cui 700 a Padova e Rovigo, e commercializza i prodotti (79 i brevetti registrati) in 69 Paesi. Due le divisioni del gruppo: heating e smart gas metering, cioè i contatori di nuova generazione che trasmettono i dati sui consumi in tempo reale, un settore con prospettive di forte crescita in cui SIT si prepara a lanciare nuovi prodotti nella seconda metà del 2018.

Nel 2016 il gruppo ha realizzato ricavi consolidati pari a oltre 288 milioni (+8,9% rispetto al 2015). L'Ebitda consolidato del 2016 è pari a oltre 43 milioni, pari al 15% circa dei ricavi delle vendite. Con il 4% del fatturato investito in ricerca e sviluppo, divisione in cui sono impiegate 90 persone, l'azienda ha avviato nella sede di Padova il progetto di costruzione di nuovi laboratori di ricerca che per la termotecnica e le apparecchiature per il riscaldamento saranno tra i più avanzati a livello mondiale.

Foto: Federico De' Stefani e Camilli

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

## EDILVI



L'Italia dell'efficienza energetica ha raggiunto un grande traguardo europeo: Edilvi S.p.A. di Villorba, azienda di costruzioni e servizi energetici e Pmi innovativa, si è distinta tra quattordici nazioni per il miglior progetto della categoria Energy Service Provider vincendo così il premio internazionale European Energy Service Award 2017. La consegna del premio il 31 maggio al Rotes Rathaus di Berlino.

Il patrimonio edilizio è il maggior consumatore di energia in Europa e per questo il concorso promosso da GuarantEE ha lo scopo di favorire l'utilizzo di contratti di prestazione energetica (EPC) nel settore pubblico e privato. Il premio è stato assegnato in base al raggiungimento di adeguati parametri di prestazione energetica in strutture pubbliche

e private, al fine di contribuire non solo allo sviluppo dell'efficienza energetica nel patrimonio edilizio, ma anche alla protezione climatica e ambientale. Edilvi si è distinta tra le altre realtà europee grazie al "Progetto di Riqualificazione energetica e sismica di edifici scolastici italiani".

L'azienda ha dimostrato non solo di essere all'avanguardia nell'utilizzo delle ultime tecnologie per la riqualificazione (rilievi tramite droni e laser scanner, modellazione BIM, diagnosi energetica e sismica), ma si è distinta anche per la capacità di gestire e monitorare ogni aspetto energetico e strutturale degli edifici per tutta la durata contrattuale, attraverso il Facility Management e appositi sistemi di telegestione e telecontrollo.

Ciò che rende questo progetto una vera eccellenza nel panorama europeo è l'utilizzo di un processo innovativo per la riqualificazione che attraverso diverse fasi standardizzate permette di operare contemporaneamente e in breve tempo su un numero estremamente elevato di edifici. Le tecnologie utilizzate sono state identificate come uniche nel loro genere e per questo sono coperte da un brevetto internazionale.

Attualmente Edilvi ha diagnosticato e valutato operazioni di efficientamento energetico e adeguamento sismico in 7 comuni, per un totale di 31 edifici, che, grazie all'intervento dell'azienda, possono essere trasformati in costruzioni NZEB (Nearly Zero Energy Building), in linea con le più avanzate norme di risparmio energetico attualmente in vigore in Europa. Grazie a queste riqualificazioni si possono risparmiare 768.000 kg di CO2 all'anno su una superficie totale di 38.286 mq.

Il progetto abbraccia infatti la volontà europea di efficientare l'attuale patrimonio edilizio dal punto di vista energetico e sismico, al fine di mettere a disposizione di tutti i cittadini edifici più sostenibili, più efficienti e anche più sicuri.

Edilvi, forte della sua trentennale esperienza in campo edile e grazie alle conoscenze ingegneristiche della propria divisione ESCo, ha dimostrato con questo importante riconoscimento internazionale di essere uno dei pochi player nel panorama italiano con competenze adeguate per poter intraprendere un vasto intervento di miglioramento dell'obsoleto parco edilizio nazionale e, perché

no, anche europeo. Il 1 luglio è stata inaugurata a Casale sul Sile, la nuova casa ad emissioni quasi zero targata Casa Smart Plus, brevetto di proprietà di Edilvi di Villorba. Una visita guidata ha consentito di conoscere sul campo le novità inerenti questa innovativa tecnica di costruzione e di ristrutturazione che risponde alle linee guida dello standard NZEB (normativa che diventerà obbligatoria per tutti gli edifici di nuova costruzione a partire dal 2021). Il brevetto Casa Smart Plus prevede l'installazione di un impianto fotovoltaico da 3 a 6 kWp a seconda delle dimensioni della casa e di una pompa di calore abbinati alle migliori tecnologie costruttive nei settori isolamento ed impiantistica. Una Casa Smart Plus è in grado di accumulare e gestire l'energia da fonti esclusivamente rinnovabili, senza l'utilizzo del gas; anche i piani cottura sono infatti ad induzione elettrica. Quali risultati? La diminuzione delle emissioni annue di CO2 del 70% circa rispetto alla media delle case di nuova costruzione, con un conseguente importante abbattimento dei costi in bolletta (50% in meno rispetto ad una casa in classe energetica A2) e nessun rischio derivante dall'uso del gas in casa.

Casa Smart Plus è una casa rivoluzionaria anche nella sua parte progettuale e di gestione: queste due fasi vengono infatti gestite attraverso il BIM (Building Information Modeling), un metodo di progettazione collaborativo che consente di rappresentare in digitale tutte le caratteristiche fisiche e funzionali dell'edificio in un unico modello: architettura, strutture, impianti, gestione e settore energetico. L'utilizzo del BIM consente un risparmio del 30% sui costi di progettazione e costruzione rispetto ad una casa tradizionale.

Foto: Diego Pavan e il Sindaco di Berlino  
[www.edilvi.it](http://www.edilvi.it)

## ABS GROUP



“Ricevere un riconoscimento come il Premio DIVA, assegnato da una giuria di esperti e membri di aziende internazionali, rappresenta per ABS Group un'ulteriore conferma che investire in ricerca e innovazione è alla base della crescita di un'azienda. Per noi il retail design vince se combina la componente “materica” dei supporti con le tecnologie e l'interattività, per garantire coinvolgimento ed esperienza. E in tal senso siamo certi che i lightbox dinamici ABSolutely® rivoluzionino il modo di concepire gli allestimenti”, ha commentato così Francesca Posocco, Direttore Marketing di ABS Group, azienda di Vittorio Veneto che per prima in Italia ha reinventato l'uso del tessuto in ambito allestitivo, in occasione di Viscom – la Fiera della Comunicazione Visiva di Milano li ha visti primeggiare nella categoria dedicata allo shop fitting.

Il concorso Display Italia Viscom Award (DIVA) quest'anno giunto alla settima edizione, assegna gli “oscar” del settore alle migliori soluzioni espositive e alle proposte di arredo per il retail, realizzate da aziende, studi di progettazione e agenzie creative. ABS Group ha partecipato presentando i suoi innovativi lightbox dinamici ABSolutely®: una novità assoluta nell'ambito del retail design, attraverso la retroilluminazione a LED, programmata per generare diversi effetti visivi, i lightbox dinamici stupiscono, rompono la staticità delle immagini stampate e rendono più attraenti gli allestimenti di negozi, vetrine, showroom. Dei due esemplari esposti a Viscom uno è stato realizzato per la casa di moda Moncler e sarà destinato alla boutique di Rue du Faubourg Saint-Honoré a Parigi. Nel 2016 l'azienda si era aggiudicata il secondo posto presentando, sempre nella categoria “shop fitting”, le pareti attrezzate in tessuto, considerate dalla giuria innovative perché di forte impatto scenografico, ma allo stesso tempo di facile utilizzo. Salire sul podio più alto rappresenta oggi un'importante conferma per ABS Group, da sempre pioniera nella ricerca e sviluppo di nuovi prodotti attraverso le migliori tecnologie, dimostrata anche dal recente acquisto dell'esclusiva Durst Rhotex 500, la prima stampante industriale a sublimazione da 5 metri per il soft signage installata in Italia, proprio nello stabilimento di Vittorio Veneto.

La particolarità di questa macchina è la

dimensione di stampa: con Rhotex 500 è infatti possibile raggiungere i 5mt di altezza del tessuto per realizzare produzioni extra large senza necessità di cuciture. Contestualmente l'azienda ha acquisito una calandra firmata Monti Antonio, leader mondiale del settore. Funzionale alla stampa transfer, alla riattivazione e al termofissaggio “crush”, la nuova calandra opera in fase di sublimazione per completare il processo produttivo dei tessuti di 5metri.

Tra le ultime realizzazioni, vi sono i lightbox dinamici ABSolutely® per IEG-Italian Exhibition Group in occasione di VicenzaOro September 2017. Sin dall'ingresso un'animazione spettacolare ha accolto i visitatori in un susseguirsi di forme e parole che si muovono e prendono vita, generando un vero e proprio racconto intorno al logo di VicenzaOro e presentando i sei distretti che compongono il sistema orafa. Un elemento allestitivo scenografico e di forte impatto visivo, composto da una struttura in alluminio rivestita in tessuto stampato e arricchita da un sistema di retroilluminazione a Led programmato per produrre i diversi effetti visivi. La presenza di altri lightbox dinamici ABSolutely® ha arricchito poi il percorso attraverso i padiglioni, valorizzando le immagini e la comunicazione dell'evento.

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

## MINACCIOLO



Dopo aver rinnovato l'affermata cucina Minà nella versione in acciaio nero goffrato con l'originale edizione in acciaio ossidato, oggi Minacciolo presenta Minà nell'inedita e grintosa finitura ruggine. Una finitura fortemente materica, unica ed innovativa, quella ruggine: dona un guizzo di geniale moderni-

tà a questa cucina dal carattere vintage che richiama a gran voce la tradizione italiana.

L'aria vissuta che le conferisce l'effetto ruggine bruno-rossastro con le sue caratteristiche tonalità calde, evidenzia l'espressione rétro eppure notevolmente contemporanea della cucina Minà e la rende particolarmente accogliente, vivibile ed utilizzabile senza timori. Lo speciale trattamento che dona a questa cucina un aspetto invecchiato, produce inoltre un effetto molto piacevole al tatto: toccando con mano l'intera superficie, si coglie infatti la veridicità del materiale, si percepisce chiaramente la rugosità della ruggine, come se fosse una vecchia cucina lasciata al tempo che, inesorabile, passa. L'isola multi-funzione Minà in finitura ruggine può accompagnarsi a colonne accessoriate dallo stesso gusto estetico che riportano alla mente le ghiacciaie dei primi decenni del '900. Un ulteriore tributo, assieme alle linee, ai dettagli e in primis alle originali manopole, a quella che è stata la cucina un tempo, negli anni in cui tutto è cominciato.

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

## CONTARINA



650mila presenze e 480 tonnellate di rifiuti raccolti, di cui il 67% in modo differenziato. Questo in sintesi l'impatto ambientale della 90ª Adunata Nazionale degli Alpini, svolta lo scorso maggio. Contarina S.p.A. di Lovadina di Spresiano e Conai, Consorzio nazionale per il recupero degli imballaggi, hanno presentato i dati elaborati dal Contatore ambientale, che ha misurato i dati sulla raccolta dei rifiuti prodotti durante l'Adunata e l'indotto economico generato. La 90ª edizione è stata una vera "Adunata Riciclona": tutto il materiale raccolto è stato avviato a riciclo per fabbricare nuovi prodotti, consentendo di risparmiare circa 50mila euro grazie al mancato avvio a smaltimento o conferi-

mento in discarica dei rifiuti raccolti.

"Differenziare i rifiuti porta benefici ambientali, ma anche economici e sociali – ha dichiarato il Presidente di Contarina, Franco Zanata – La corretta gestione di rifiuti dell'Adunata ha creato un indotto economico di oltre 262mila euro, coinvolgendo l'intero territorio: Comuni, associazioni di volontariato, scout, tutti hanno dato il loro contributo affinché questa fosse davvero un'Adunata rispettosa e attenta all'ambiente. E i risultati si sono visti fin da subito, con la città pulita in tempi record e come testimoniato dai dati presentati oggi. Di tutto questo siamo molto fieri e orgogliosi: gestire 650mila presenze, raggiungendo il 67% di raccolta differenziata è un vero record!" Contarina fa un passo in più nell'ambito della sostenibilità edile nel settore trasporti e ha scelto Scania, in particolare la concessionaria Leiball & Cuzzuol, per l'acquisto di due veicoli ibridi allestiti scarrabili per la raccolta dei rifiuti consolidando così il proprio impegno nella tutela dell'ambiente. A settembre sono stati consegnati i due nuovi e innovativi veicoli ibridi Scania: i primi autocarri per il trasporto pesante ad abbinare il motore diesel Euro6 all'energia elettrica, che saranno su strada nei prossimi giorni.

Silenziosi ed ecologici: ecco i tratti distintivi di questi mezzi ibridi, che consentono l'abbattimento delle emissioni di CO2 fino al 92%, la riduzione del consumo di carburante e delle emissioni acustiche, garantendo ottime prestazioni di guida. Il motore elettrico è il cuore del nuovo ibrido Euro6 e assolve a tre funzioni: recupera l'energia in frenata, funge da propulsore in modalità completamente elettrica ed anche da rallentatore. Questi mezzi dispongono di un sistema di propulsione ibrido, il quale combina un tradizionale motore diesel ad un motore elettrico.

La soluzione ibrida consente di operare in modalità Silent mode, con un'autonomia fino a due chilometri. In modalità elettrica, il livello sonoro è inferiore ai 72 dB(A). Un risparmio medio sui consumi del 18% e un elevato abbattimento delle emissioni di CO2 (grazie all'utilizzo di HVO) garantiscono i massimi livelli di sostenibilità. Il motore elettrico sincrono, installato in questi nuovi mezzi, è integrato nel cambio automatizzato a 12 marce Scania Opticruise a

due pedali. Eroga una potenza di 176 CV ed una coppia di 1.050 Nm e coadiuva il motore diesel. Quest'ultimo è uno Scania a 5 cilindri da 9 litri e 320 CV alimentabile a diesel, a biodiesel o ad HVO. L'abbinamento tra motore elettrico e diesel garantisce un'eccellente guidabilità e dei cambi marcia rapidi e fluidi.

Foto: Presidente Scaniaitalia  
Franco Fenoglio e Franco Zanata  
[www.contarina.it](http://www.contarina.it)

## ARCADIA



Arcadia Consulting ha vinto il premio "Prodotto formativo dell'anno 2017" assegnato dalla Casa Editrice Este insieme al mensile Persone&Conoscenze per il suo simulatore comportamentale Remote People Management. Si tratta del secondo anno consecutivo in cui Arcadia riesce vincitrice da questo contest dedicato ai prodotti della formazione a cui hanno partecipato oltre 50 aziende. Il progetto è stato sviluppato e ideato dall'azienda di Cittadella per allenare e sviluppare le competenze dei manager di UniCredit alla gestione di "team virtuali", ovvero il personale che, in Italia ed all'estero, in ufficio ed in smart working, con background professionali eterogenei e differenze culturali, opera in gestione remota, sotto la stessa responsabilità manageriale. I manager che gestiscono team in remoto necessitano un approccio manageriale, competenze e skills aggiuntivi rispetto a coloro che gestiscono team in loco. "Remote People Management" permette l'apprendimento di soft skills necessari per affrontare questa nuova realtà, attraverso un percorso formativo online, basato sulla simulazione di scenari di gestione "remota" del personale.

Sempre per questo simulatore comportamentale Arcadia ha vinto anche il Gold Stevie® -14° International Business Awards (IBA), tra i premi più prestigiosi a livello internazionale con 3.900 candidature da parte di organizzazioni di ogni dimensione e settore, nella categoria “Best New Product or Service of the Year – Software – Human Capital Management Solution”.

“È una grande soddisfazione vedere che i progetti sviluppati da Arcadia vengano valorizzati anche da giurie nazionali e internazionali” spiega Orazio Stangherlin – CEO & Founder di Arcadia Consulting. “Questo premia gli sforzi fatti e le energie investite da parte di Arcadia nella ricerca e sviluppo per fornire ai clienti soluzioni innovative, all’avanguardia e diverse dallo standard”.

Arcadia è la prima edtech (education technology) company in Italia – leader di competenza nelle metodologie didattiche innovative e nelle tecnologie di frontiera. Dal 4 agosto 2017 Arcadia Consulting è annoverata tra le PMI Innovative d’Italia. Assiste molte aziende di grandi e piccole dimensioni in progetti di digital transformation, anche attraverso la creazione di oggetti digitali di apprendimento personalizzati, quali scenari in realtà virtuale, materiali didattici in realtà aumentata, simulatori comportamentali, video interattivi e app.

Arcadia è stata nominata Cool Vendor in Italy, 2016 da Gartner, società leader per la ricerca e consulenza nell’ambito dell’Information Technology ed è stata premiata con il Premio Imprese x Innovazione – Andrea Pininfarina 2016 e il Premio Nazionale per l’Innovazione “Premio dei Premi 2016”. Lo scorso giugno Arcadia ha vinto il Digital360 Awards 2017 nella categoria “Smart Working & Collaboration” e “Le Fonti Awards 2017” – il premio di Eccellenza dell’anno Innovazione & Leadership nel settore Consulenza Manageriale.

[www.arcadia-consulting.it](http://www.arcadia-consulting.it)

## PROGRESS PROFILES

Progress Profiles S.p.A. di Asolo, azienda di successo nel settore dei profili tecnici e decorativi di finitura e nei sistemi di posa, continua a crescere: il bilancio dell’esercizio 2016 prosegue il trend positivo rilevato negli ultimi cinque anni registrando un altro aumento



in doppia cifra (+30%) che porta il fatturato ai 40 milioni di euro. Risultati sbalorditivi, rispetto al settore italiano dell’edilizia che fatica a decollare, frutto di investimenti in diverse aree che spaziano dalla ricerca tecnologica all’ampliamento del proprio organico, dalla formazione all’apertura di nuove filiali. Lo scorso anno è stata inaugurata una nuova sede a Melbourne in Australia – la Progress Profiles Oceania Pty Ltd, con 300 mq di showroom, uffici e magazzino – ed è stata ampliata la sede principale di Asolo con un nuovo edificio di 2500 mq2, adibito a stabilimento produttivo e magazzino automatizzato.

“La nostra crescita non va misurata solo con strumenti quantitativi – commenta Dennis Bordin, Presidente di Progress Profiles – va riconosciuto a tutto il team, dalla direzione ai dipendenti, dai collaboratori ai magazzinieri, un grande merito: sapersi innovare ogni giorno per rispondere alle esigenze del mercato, condividendo i nostri valori e impegnandosi a soddisfare al meglio la clientela. Sono molto orgoglioso del nostro ultimo investimento in innovazione tecnologica: uno speciale macchinario che consente di riprodurre le numerose nuance del legno e di personalizzare le finiture all’infinito. Al mondo ne esistono pochi esemplari”.

La formazione è un altro fiore all’occhiello dell’azienda che solo nel 2016 ha formato oltre 4000 addetti con corsi e workshop gratuiti in Italia e all’estero, sostenendo le spese di trasferimento di architetti e posatori.

Forte di oltre 30 anni di attività, il brand Progress Profiles è riconosciuto a livello mondiale e raggiunge oltre 60 Paesi,

offrendo una gamma di 13.000 articoli. Tuttavia, sebbene il mercato estero registri una significativa quota del 34% di fatturato, consolidato dall’apertura di sedi a Melbourne, Dubai e Randolph, nel New Jersey, il cuore pulsante rimane in Italia. “Investire e creare occupazione in Italia in questi anni non è certamente facile – aggiunge Bordin – di solito le aziende preferiscono aprire stabilimenti all’estero; noi continuiamo a produrre in Veneto, ad Asolo, perché crediamo ancora nelle potenzialità del nostro Paese e perché vogliamo promuovere il vero Made in Italy, connubio perfetto di design, ricerca tecnologica e qualità dei materiali impiegati, valore aggiunto di cui esserne fieri”.

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

## CODOGNOTTO



Il Gruppo Codognotto di Salgareda, una delle principali realtà internazionali nell’ambito della logistica e dei trasporti operante in 22 Paesi con oltre 40 sedi operative ha inaugurato il 20 maggio un nuovo magazzino a San Stino di Livenza (Venezia) di ben 24mila metri. Il nuovo hub nasce all’interno del polo logistico realizzato da Lucefin negli anni ’90 con la quale il Gruppo Codognotto ha lavorato intensamente per convertire il magazzino ad un utilizzo differente rispetto a quanto previsto originariamente. Il magazzino era stato realizzato per la movimentazione di merci quali ad esempio rinfuse ferrose mentre oggi ospita clienti differenti con specificità e necessità molto diverse, gli uni dagli altri. Si passa infatti da Vega, la cui distribuzione si sviluppa nel Triveneto, ad Arper e Abm che da San Stino gestiscono prodotti destinati a tutto il mondo.

Il nuovo magazzino della Codognotto si trova in una posizione strategica a pochi minuti dal casello dell’A4 e di un raccordo ferroviario direttamente accessibile dall’interno del magazzino.

Dal mese di giugno il magazzino gestisce 6.000 spedizioni al mese con oltre 50 addetti impegnati quotidianamente fino ad arrivare ad 8.000 nel corso dei prossimi 2 mesi e ad un numero di personale di 70 unità.

Dopo il benvenuto delle Autorità e la benedizione del Parroco si è svolta la visita guidata del magazzino dove è stata illustrata la filosofia di lavoro dell'azienda. Maurizio Codognotto, Amministratore Delegato, ha sottolineato la centralità delle persone nei successi dell'azienda che è riuscita a passare da 10 milioni di euro nei primi anni 2000 ai 190 milioni del 2016. Manuel Scaramuzza, Direttore della Logistica, ha spiegato che questa inaugurazione non è un punto di arrivo e già si guarda all'apertura prevista a Milano.

L'evento è stato arricchito dalla performance dell'artista di fama internazionale Pierluigi Slis che ha dedicato un dipinto al Gruppo Codognotto, spiegando come il lavoro e la fatica siano gli aspetti che più nobilitano e danno significato all'uomo. Il dipinto di oltre 4 metri mostra mondi diversi connessi tra loro da fili sottili spiegando che trasporti e la logistica saranno sempre più determinanti nel portarci a superare anche le distanze che oggi ci sembrano invalicabili.

Continua anche l'impegno per la sostenibilità di Codognotto con la recente acquisizione di 20 camion LNG Iveco Stralis NP. L'LNG (metano liquido) sta progressivamente divenendo realtà anche in Italia coinvolgendo un numero crescente di operatori e fornitori del mondo della logistica e dei trasporti. L'LNG si presenta oggi come una concreta alternativa ai carburanti fossili tradizionali garantendo un abbattimento delle emissioni di CO2 pari al 20%.

Il Gruppo Codognotto è benchmarker per quanto concerne la sfida di rendere sostenibile dal punto di vista ambientale logistica e trasporti. È, infatti, da anni in prima linea in favore della ricerca su soluzioni alternative al trasporto convenzionale come dimostra la partecipazione a numerose iniziative strategiche finanziate dalla Commissione Europea. "Abbiamo acquistato i primi mezzi LNG quando ancora la tecnologia non era pronta per affrontare lo stress di una catena logistica sempre più accelerata, ma era necessario dare un segnale di svolta. I nuovi mezzi risolvono gran parte dei problemi derivanti dalla precedente ge-

nerazione di veicoli in quanto sono dotati di maggiori autonomia e potenza", spiega Maurizio Codognotto che, nonostante i considerevoli progressi, ritiene ci sia ancora molto da fare, infatti "i costi della sostenibilità sono ancora molto alti e il ritorno è sempre molto incerto". Il Gruppo Codognotto ha rappresentato l'Italia all'evento europeo più importante dedicato al metano liquido: il CWC's LNG Fuels Summit ad Amsterdam, a giugno, occasione di confronto e networking tra i consumatori finali e la supply chain del mondo LNG.

[www.codognotto.eu](http://www.codognotto.eu)

### CSM TUBE

Un importante riconoscimento internazionale per la CSM Tube S.p.A. di Cimavilla di Codognè la visita a giugno di Timoteo di Maulo, Ceo del Gruppo Aperam, tra i protagonisti nel mercato mondiale degli acciai inossidabili e speciali, dove è leader in Sud America (con impianti in Brasile), è il secondo prodotto europeo (con stabilimenti in Francia e Belgio), con quasi 10mila dipendenti e un fatturato che ha raggiunto i 4,3 miliardi di dollari nel 2016. L'Ingegnere Di Maulo ha visitato la sede di CSM Tube apprezzando la qualità delle lavorazioni dell'acciaio inossidabile, materiale di cui Aperam è fornitore strategico per l'azienda trevigiana.

CSM Tube è attiva dal 1983 ed è oggi leader, anche a livello internazionale, nella produzione di tubo in acciaio inossidabile, con una capacità produttiva di oltre 50 milioni di metri l'anno. Realizza oltre 60 diversi diametri di tubo compresi tra 4 e 28mm e spessori che variano da 0,25 a 1,50 mm. Offre inoltre la possibilità ai propri clienti di fornire tubi trattati termicamente in atmosfera controllata, in rotoli oppure in barre raddrizzate e tagliate a misura in lunghezze fino a 20 metri. Partita dall'Italia, si è fatta apprezzare prima nei mercati europei e poi in tutto il mondo. Oggi con uffici, magazzini e siti produttivi in Sud America e Nord America, è un riferimento per i clienti nei settori degli scambiatori di calore, resistenze corazzate, automotive, riscaldamento ed esporta in 62 Paesi nel mondo.

CSM Tube è parte di CSM Group, guidato da Elisabetta e Marco Trolese, figli del fondatore Giorgio, che conta due sedi produttive in Italia, una in Brasile

e una sede distributiva negli Usa per un totale di 15.000mq dedicati alla produzione e circa 120 tra collaboratori e dipendenti diretti. In Italia è articolato in CSM Machinery per la produzione di macchinari per resistenze elettriche tubolari e automazioni, CSM Tube per la produzione di tubo, AZ Elettronica per l'hardware e software e CSM Transforming per le lavorazioni di taglio, piegatura, curvatura. Nel 2014 il Gruppo CSM ha acquisito la Oakley, storica azienda del Midwest americano che fu capace di inventare la prima generazione di macchinari per la produzione di resistenze elettriche, e l'anno dopo vi è stata la nascita CSM Tube Usa, unità distributiva con l'obiettivo di ampliare la commercializzazione al mercato nordamericano del tubo prodotto in Italia.

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

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

### CAREL



Fatturato consolidato a 231 milioni di euro nel 2016, con un aumento del 13,5% e andamenti positivi in tutte le aree di business per la Carel S.p.A. di Brugine, azienda multinazionale specializzata nelle soluzioni di controllo per il settore del condizionamento, della refrigerazione e dell'umidificazione dell'aria. I risultati di esercizio 2016 del gruppo confermano il trend positivo dei ricavi registrati negli ultimi cinque anni.

"Il focus della nostra innovazione continua a essere l'aumento dell'efficienza e della sostenibilità nei settori del condizionamento e della refrigerazione - commenta Francesco Nalini, Direttore Generale del Gruppo Carel -. La crescita del 2016 è legata alle soluzioni più innovative in questo senso e dimostra che i nostri sforzi in R&D stanno andando nella giusta direzione. Vediamo risposte molto positive anche nei confronti dei sistemi studiati per i nuovi refrigeranti a basso impatto ambientale, in particolare quelli naturali. Intendiamo

continuare a investire in tutte queste soluzioni, con un'attenzione sempre maggiore per la connettività, pensando al valore che possiamo ottenere per i nostri clienti mediante algoritmi di machine learning”.

Le vendite realizzate all'estero nel 2016 rappresentano l'80% del fatturato del Gruppo e dall'analisi per area geografica dei ricavi emerge che la crescita in termini di mercati è stata trainata dall'Europa, con una crescita media complessiva del 19%, oltre che da una buona performance del mercato asiatico (+8%).

La crescita registrata nel 2016 è stata accompagnata da un aumento del numero di dipendenti in forza al Gruppo di 132 unità (45 in Italia) che hanno portato l'organico totale a 1.222 persone di cui il 50% impegnate negli stabilimenti italiani.

In questo ambito risulta significativo l'aumento di personale registrato nel nuovo sito produttivo estero di Carel in Croazia, inaugurato nel 2016, passato in un anno da 18 a 76 unità. A testimonianza che il gruppo attribuisce da sempre alla ricerca e sviluppo un ruolo di rilevanza strategica per mantenere la propria posizione di leadership nel mercato HVAC/R, con l'intento di differenziarsi e di fornire ai propri clienti soluzioni tecnologicamente innovative e a costi competitivi, nel 2016 è stato investito il 6,4% del fatturato, in crescita del 4,6% rispetto al 2015.

Nel corso del 2016, in linea con la strategia di espansione internazionale del Gruppo, sono state aperte per rafforzare la presenza di Carel nel continente asiatico due nuove sedi commerciali in Thailandia e in Corea. Per potenziare la capacità produttiva, è stato inaugurato a Labin, in Croazia, il quarto stabilimento produttivo estero, secondo solo a quello dell'Headquarters in termini di dimensioni. Prosegue il rafforzamento anche nell'Est Europa dove l'azienda ha acquistato il distributore in Polonia, Alfaco Polska Sp.z o.o di Breslava con cui collabora da oltre vent'anni.

Foto: *Francesco Nalini*

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

## PIAVE SERVIZI



Gli Amministratori dei 39 Comuni delle province di Treviso e Venezia soci di Piave Servizi S.r.l., gestore del servizio idrico integrato, hanno approvato all'unanimità il bilancio consuntivo 2016 illustrato dal Presidente del Consiglio di Amministrazione Alessandro Bonet nella sede di Codognè.

Si è trattato, di fatto, del primo bilancio di Piave Servizi, società nata il 31 dicembre 2015 dalla fusione di Servizi Idrici Sinistra Piave e Sile Piave. Prima del voto, il bilancio era stato illustrato dal Consiglio d'Amministrazione ai Sindaci in riunioni suddivise per ambito territoriale. I ricavi dell'esercizio 2016 ammontano a 37 milioni e 327.000 euro, con un incremento di 5 milioni rispetto ai bilanci dell'anno precedente delle due vecchie società. Le imposte dovute si aggirano sui 2,9 milioni di euro. “Per quest'ultima voce dobbiamo applicare le norme”, è intervenuto Bonet, il quale ha aggiunto che la società “ha maturato un utile di un milione e 847.000 euro, in netto incremento rispetto a quello del 2015 di 344.000 euro. Abbiamo voluto mettere a disposizione questa cifra per fare investimenti od opere che dovessero rendersi necessarie. Più utile mettiamo negli investimenti e meno siamo costretti a indebitarci per realizzare le opere che servono al territorio e seguire la nostra 'bibbia', ossia il piano degli investimenti approvato in Consiglio di bacino dai Sindaci o dai loro delegati, la cui collaborazione è stata fondamentale. Quando si lavora tenendo presente l'interesse comune si possono raggiungere risultati importanti, al di là dei campanili”. Al milione e 847.000 euro di utili destinati agli investimenti vanno aggiunti altri 2,5 milioni di euro che Piave Servizi destinerà a un fondo contro i rischi

“Un documento – ha detto il Presidente – che si caratterizza per l'ottimo utile e per l'abbattimento dei costi di

gestione realizzati nonostante i costi iniziali comportati dalla fusione di Sisp e Sile Piave in Piave Servizi e la relativa necessità di armonizzare i sistemi operativi e gestionali delle due vecchie società nella nuova. Un plauso va naturalmente ai nostri dipendenti, il cui lavoro ha permesso tra le altre cose di introitare 1,5 milioni di euro di somme dovute a Piave Servizi ma che non erano mai state incassate. Siamo molto contenti anche del risultato relativo ai costi di gestione, con risparmi per 400.000 euro. Fin dal suo primo anno di vita Piave Servizi ha dimostrato di lavorare con un sistema in grado di produrre risparmi consistenti e di rendere la società operativa, concreta, competitiva e senza paura di guardare al futuro. Finché non ci saranno indicazioni contrarie intendiamo continuare a lavorare con questo sistema”. Sono in quotazione dal 21 luglio all'ExtraMot Pro di Borsa Italiana 3 milioni di euro di minibond emessi da Piave Servizi, nell'ambito di un'operazione complessiva da 6 milioni in cui Banca Finint ha assistito la società con il ruolo di arranger. I titoli, che hanno scadenza 31 dicembre 2024 con struttura amortising e tasso fisso del 4%, sono stati sottoscritti per 2 milioni dalla finanziaria regionale Veneto Sviluppo, attraverso il fondo Veneto Minibond, mentre la restante parte è stata sottoscritta dai fondi gestiti da Finint Investments sgr (Gruppo Banca Finint), per una quota rilevante tramite la gestione del Fondo Pensione Solidarietà Veneto.

Piave Servizi, è una società a totale partecipazione pubblica, controllata da 39 Comuni delle province di Treviso e Venezia in cui gestisce il servizio idrico integrato per 132.000 utenze, fornendo acqua potabile a 340.000 abitanti. 150 i dipendenti. Come spiegato nel Documento di ammissione, la nuova finanza servirà a Piave Servizi per sostenere l'importante piano di investimenti previsto dal Piano Economico Finanziario che prevede, oltre alla realizzazione e all'ammodernamento di acquedotti e fognature, anche la manutenzione e potenziamento degli impianti di depurazione delle acque.

Foto: *Alessandro Bonet*

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



Sirmax S.p.A. di Cittadella, quinto produttore in Europa di polipropilene compound e di engineering plastic compound (tecnopolimeri) per i settori automotive, elettrodomestico, elettronica, power tools e per tutti i settori di impiego (casa, arredamento, costruzioni), e Autotech Polymers India Private Limited, pioniere dell'industria indiana di materie plastiche con stabilimenti a Valsad (Mumbai) e Palwal (New Delhi), hanno firmato un importante accordo per la costituzione della joint venture Autotech-Sirmax India mirata a proseguire in Asia la strategia di crescita globale e presenza diretta e multicountries del gruppo padovano, valorizzando le grandi opportunità dell'India e la crescente domanda di materie plastiche nei settori automotive ed appliances in sensibile spinta.

In base ai termini dell'accordo, che vede affiancarsi l'azienda padovana a una tra le più storiche famiglie industriali indiane (Nirmal B. Thakkar di Mumbai) attiva dal 1945 nell'ambito delle materie plastiche, Sirmax acquisisce il 50% della nuova Autotech-Sirmax India attraverso la sottoscrizione di un aumento di capitale. Autotech detiene il restante 50% mantenendo attraverso il proprio management un ruolo strategico nella produzione di PP compound e di engineering compound specifici, ora anche con licenza e con uso di tecnologia e marchio Sirmax.

Sotto il profilo industriale, Sirmax completa e rafforza la propria offerta di prodotti nel core business (PP compound) e nel segmento dei tecnopolimeri (EPC), che potranno essere valorizzati attraverso il capillare network commerciale della joint venture in India, mentre grazie a tale operazione Autotech-Sirmax

India potrà concentrare nuove energie e risorse nello sviluppo della capacità produttiva e di prodotti innovativi. Il forecast della JV al 2021 è un incremento della capacità produttiva in India da 15.000 a 40.000 tonnellate.

“Dopo aver completato con le operazioni in Usa e Brasile il presidio diretto dei mercati occidentali, puntiamo a proseguire la nostra strategia di crescita globale e a costruire una leadership in India e nei mercati asiatici in forte espansione – dichiara Massimo Pavin, Presidente e Amministratore Delegato di Sirmax -. L'importante accordo con Autotech è parte di un piano di investimento che ci consente di proporci ai grandi player di automotive e appliances come fornitori globali, secondo i massimi standard di qualità e sicurezza coerenti con i requisiti di Sirmax in tutto il mondo. Abbiamo lavorato due anni alla scelta del miglior partner in India in una visione local-to-local e lo abbiamo individuato in una delle più storiche realtà industriali, vicina a noi per valori e prodotti, già partner di riferimento nel mercato dei compound tecnici per i maggiori produttori asiatici dei settori automotive ed elettrodomestico come Maruti-Suzuki, Honda, Hyundai, Toyota, Tata, Haier, Daikin, LG che forniremo attraverso gli attuali stabilimenti, a cui se ne aggiungerà presto un altro, con affidabilità, flessibilità e assoluta aderenza agli standard più alti”.

La strategia di crescita per linee esterne (investimenti greenfield, acquisizioni e jv) e presidio diretto dei mercati ha portato Sirmax a crescere in dimensioni e quote di mercato. Dopo un volume d'affari consolidato pari a 220 milioni di euro nel 2016 (+29% rispetto al 2015), l'esercizio 2017, anche con il contributo della joint venture in India, proietta Sirmax verso un volume di quasi 200.000 tonnellate (+20%), ricavi intorno a 280 milioni di euro (+25%) e un margine operativo lordo (Ebitda) a circa 28 milioni di euro.

Foto: Massimo Pavin e Achal Thakkar  
[www.sirmax.it](http://www.sirmax.it)

## LITHOS

Quanto tempo passa dalla creazione del prodotto fino alla sua effettiva immissione sul mercato? Il tempismo nella pubblicazione dell'informazione di prodotto tramite strumenti quali cata-



loghi, listini, web site, app ed infine sui gestionali aziendali rappresentano una variabile fondamentale nella buona riuscita del processo commerciale.

Molto spesso l'efficienza nella gestione dei dati relativi al prodotto viene compromessa poiché gli attori coinvolti nel loro governo li congelano in una struttura poco organizzata, inefficiente, poco elastica. Ecco che le informazioni vengono coordinate e rappresentate nel formato grafico definitivo ad esempio nella bozza del catalogo per renderlo fruibile all'ufficio marketing, l'ufficio tecnico, comunicazione ed allo stesso tempo depositate su di un supporto sterile come Adobe Indesign.

Questa modalità nel gestire le informazioni ne compromette un utilizzo corretto e strutturato rallentando di conseguenza anche la proposta e l'esito del processo commerciale. Lithos S.r.l. di Oderzo ha sviluppato il Communication Data Manager proprio partendo da questa situazione dando una pronta risposta ed una soluzione concreta a questo problema. Ha creato un Data Base governabile facilmente anche da figure con poca competenza informatica che permette di generare delle anteprime di stampa in autonomia ed in tempo reale per poter valutare l'informazione pubblicata.

In questo modo si ha l'opportunità di avvalersi di una serie di tecnologie abbandonando un metodo ormai divenuto arcaico ed inefficiente. Con On Page l'informazione viene scritta una sola volta ed andrà ad alimentare automaticamente tutte le declinazioni di lingue diverse di cataloghi, siti, app. L'informazione di prodotto, capitale storico ed inestimabile dell'azienda sarà sincronizzato e coerente in ogni strumento di comunicazione sia cartaceo (dove si potranno utilizzare sistemi di impaginazione automatica e relazionali) e digitale. Coerenza e capitalizzazione del dato commerciale al fine di velocizzare e dominare il processo di vendita.  
[www.lithos.it](http://www.lithos.it)

## PRO-GEST



Il Gruppo Pro-Gest – la holding della famiglia Zago, numero uno in Italia nella produzione di carta, cartone, imballaggi e packaging, oltre che una delle maggiori realtà in Europa nel comparto del riciclo – ha presentato il 5 luglio agli istituti di credito il bilancio consolidato 2016 e le previsioni del Piano Industriale del prossimo biennio 2018-2019.

“Siamo contenti – ha dichiarato Bruno Zago, Amministratore Delegato di Pro-Gest – perché il fatturato consolidato del 2016 è stato pari a 445 milioni di euro, ma soprattutto perché abbiamo raggiunto un Ebitda di 103,71 milioni (pari al 23%), il più alto in assoluto raggiunto dal Gruppo. Allo stesso tempo siamo consapevoli che sarà difficile replicare la medesima performance a livello di margine operativo, anche a parità di fatturati e quantitativi di carta e fogli di cartone prodotti. Da qui nasce un po' di preoccupazione, la competizione è sempre più agguerrita”.

I primi dati del 2017 sono confortanti: il risultato del primo semestre, pari a 250 milioni di euro, è infatti in linea con quello dello stesso periodo del 2016. Tra i punti di forza evidenziati dal piano industriale, ci sono senza dubbio gli importanti investimenti fatti nel corso degli ultimi due anni volti a rafforzare le diverse divisioni che compongono la filiera integrata del Gruppo: dal riciclo della carta al packaging.

Tra questi spiccano i 17 milioni di euro per la ristrutturazione della Cartiera di Carbonera e il rafforzamento della divisione Recycling grazie allo stabilimento di Badia Polesine che chiuderà in maniera positiva il primo anno di riavvio. Inoltre, questa divisione vede per la seconda metà dell'anno trattative in corso per l'acquisizione di nuovi impianti così da ridurre ulteriormente la dipendenza dall'esterno nel rifornimento del macero e migliorarne al contempo la resa qualitativa. Continua inoltre la crescita di Trevikart, fiore

all'occhiello della divisione packaging, che mira a raggiungere da sola i 100 milioni di euro di fatturato (nel 2016 erano 92 milioni). Su questo risultato influisce il completamento del trasloco dello stabilimento di Carnate (Monza e Brianza), che tra il 2015 e il 2016 ha già aumentato il fatturato del 15%. La nuova sede che trova spazio in un sito di 100mila mq darà la possibilità di continuare a crescere a doppia cifra anche in futuro. In positivo anche lo stabilimento di Modugno (Bari) per il quale è previsto il raddoppio dell'impianto, da 13mila a 29mila mq.

Per la divisione Cartiere, si avvicina il momento del riavvio dello storico impianto di Mantova: l'investimento di oltre 200 milioni di euro si può dire completato e la nuova macchina continua è finalmente installata; nel prossimo quadrimestre è previsto il completamento dei lavori accessori di tutte le aree necessarie all'operatività della Cartiera. L'auspicio è di ripartire con la produzione entro la fine del 2017.

“Oggi – conclude Bruno Zago – le incertezze maggiori riguardano il mercato del cartone ondulato e del packaging su cui pesa sempre più il costo della materia prima, a causa di una aggressiva politica dei prezzi portata avanti dai competitors asiatici. Questa parte della filiera è quella più rappresentativa dell'Italia, formata da piccole e medie aziende che vivono un momento estremamente difficile. Il mercato del foglio di cartone e della scatola (a differenza di quello della carta che segue logiche più internazionali) ha tempi di reazione più lenti che vanno supportati attraverso prezzi che siano congrui e adeguati alla qualità e al valore aggiunto espresso dai prodotti made in Italy”. Il Gruppo Pro-Gest – attivo attraverso 21 Aziende ed operativo in 7 Regioni d'Italia – ad oggi è l'unica realtà in Italia a poter offrire prodotti altamente performanti in termini di leggerezza, consistenza e qualità, tali da renderla competitiva con i suoi diretti concorrenti europei. Conta oltre mille collaboratori. Tratta un milione di tonnellate di carta riciclata e produce 900mila tonnellate di carta per imballi e tissue, 1,2 milioni di mq di cartone ondulato, due milioni di imballati e 12mila tonnellate di prodotti tissue trasformati.

Foto: la famiglia Zago

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

## LATTERIA SOLIGO



La Latteria Soligo di Farra di Soligo ha annunciato investimenti strategici per la riduzione dell'impatto ambientale di tutta la filiera produttiva: Lorenzo Brugnara, Presidente della Latteria Soligo ha dichiarato: “La nostra mission è di realizzare un'agricoltura e dei prodotti che rispettino l'ambiente e guardino al benessere dei nostri consumatori. La nostra qualità è frutto di eccellenza in tutte le fasi di produzione, per questo siamo intervenuti con importanti investimenti nei nostri stabilimenti: con impianti fotovoltaici da 800 KWatt/h (400 KWatt a Farra, 200KWatt nella centrale del latte di Caposile e altrettanti nello stabilimento di Breganze) e ora daremo il via ad un impianto a bio masse, che ci convertirà per buona parte alle fonti rinnovabili. I nostri caseifici lavorano a energia circolare, dove nulla deve essere sprecato: abbiamo investito in nuovi sistemi refrigeranti (applicando tecnologie computerizzate Premio Innovazione Legambiente) e ridotto l'utilizzo di acqua (attraverso linee a vapore per la produzione dei formaggi filati) e realizzato impianti di depurazione che restituiscono alle nostre campagne acqua di fiume, adatta all'irrigazione”.

L'azienda ha annunciato anche l'approvazione definitiva dell'iter progettuale per la realizzazione del nuovo impianto a bio masse (prestazioni etc.) per un investimento del valore di 2,5 milioni, grazie al supporto del PSR, Piano Sviluppo Rurale Regione del Veneto (600mila euro i fondi europei). Una energia circolare che consentirà non solo di produrre gas utilizzando i composti bioattivi di scotta e siero, che oggi rappresentano un costo come rifiuti speciali (pesando per 240mila euro l'anno sul bilancio), ma anche energia termica, grazie ad una centrale di stoccaggio da 700 ettolitri per l'acqua calda che verrà utilizzata nei lavaggi: in questo modo è possibile chiudere il cerchio della filiera, negli stabili-

menti entra latte, escono acqua pulita e formaggi.

Intanto, il Master Plan Parco Sociale Soligo si è aggiudicato il primo premio al concorso City&Brand Landscape Award 2017 promosso da Consiglio Nazionale degli Architetti, Paysage e Triennale di Milano. La giuria internazionale ha definito il progetto (firmato da Asprostudio, Vicenza) “un innovativo intervento, con cui viene rilanciato con le comunità locali il progetto di paesaggio, che nei 130 anni di storia produttiva ha trasformato le aree a ridosso del fiume. Una strategia di lavoro collettivo che integra aspetti ecologici e paesaggistici”. Il progetto, fatto proprio dal Comune di Farra di Soligo come partenariato pubblico/privato ai sensi della Legge Regionale 11/2004, coinvolge oltre 62mila metri quadri di superficie e guarda al recupero delle aree dismesse attorno all'attuale stabilimento valorizzando gli edifici storici (Borgo Vecchia Latteria) sorti in oltre un secolo sulle sponde del torrente Soligo. Il primo passo di questo lungo percorso è iniziato nel 2012 con la creazione dell'associazione Soligo Onlus con la Fondazione Francesco Fabbri. Ne è seguito un primo intervento di recupero (300mila euro) per la realizzazione di uno spazio formativo e aggregativo già in funzione e aperto alla fruizione pubblica. Ora si sta per procedere ai lavori di un secondo lotto (per ulteriori 200mila euro). Il Masterplan è fortemente ispirato alla valorizzazione del contesto naturale caratterizzato dal corridoio ecologico del fiume e ai criteri “smart” che promuovono una forte integrazione tra funzioni (energia, mobilità, digitale). Tutta l'attività della filiera Soligo, dalla stalla alla tavola del consumatore, si integrerà con la vita della comunità locale nelle sue espressioni economiche, culturali e sociali: quindi, si possono ipotizzare attività di formazione tecnica (scuola e master di tecnologia casearia, scuole di cucina, di ristorazione, di ospitalità) di accoglienza e informazione per i visitatori, di documentazione storica, di educazione alla salute, di informazione tecnica rivolta agli operatori agricoli, della ristorazione e della distribuzione alimentare, e tanto altro ancora. Il tutto comunque a servizio del territorio grazie alle multiformi espressioni del volontariato e in un'ottica di inclusione sociale delle persone più svantaggiate, secondo un ideale del fare business dove l'uomo è

artefice e non mero strumento produttivo. Sono infatti ipotizzate forme di housing sociale e comunità residenziali in collaborazione con l'azienda sanitaria locale e di servizi come un kindergarten. Sarà un quartiere green e digitale: sono previsti piccoli poli di produzione energetica derivanti da sfruttamento mini-idroelettrico (in recupero dell'impianto oggi dismesso) e biomasse provenienti dall'agricoltura viticola e lattiero-casearia; la realizzazione di percorsi ciclopedonali dedicati alla mobilità dolce lungo l'argine, una azienda agricola biologica a filiera corta.

*Foto: da sinistra Silvia Spadetto, Lorenzo Brugnera, Michele Genovese, Giuseppe Carlet*

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

## GIAMPI



Dopo un biennio 2015/2016 positivo, continua il trend di crescita per Giampi S.r.l. azienda metalmeccanica con sede a Fontanelle, specializzata nella realizzazione di commesse a destinazione d'uso civile e industriale. Il primo semestre del 2017 si è aperto infatti con un portafoglio ordini molto promettente e con partecipazioni in alcune commesse tra le più prestigiose a livello internazionale nel settore dell'edilizia e delle costruzioni metalliche. Grazie all'ottima capacità di produzione nello stabilimento di 6.000 mq coperti, Giampi è un'azienda sempre più orientata all'export, e gli ottimi risultati raggiunti nel recente passato sono frutto sia dei continui investimenti con capitale proprio, che dell'attenzione alla formazione del personale.

Tra le opere più importanti ricordiamo l'installazione di strutture metalliche dell'atrio della Torre Hadid, una delle tre Torri in fase di completamento nel complesso abitativo e commerciale CityLife a Milano. Questo progetto prevede la realizzazione ed il montaggio di una trave reticolare, una serie di

travi curve di una elevata complessità architettonica e di una serie di strutture perimetrali. La precisione di esecuzione deve essere molto elevata, in quanto le strutture sono di supporto ad un complesso sistema di cellule di vetro. La nota qualità produttiva di Giampi porta ogni giorno ad affrontare questi complessi progetti con orgoglio e passione. A breve inoltre verrà completata la costruzione di una nuova scala elicoidale a doppia rampa, completamente costruita in acciaio con elementi di finitura in inox e ottone lucidati a specchio. Questa scala dal design esclusivo verrà poi installata in uno dei negozi di un prestigioso brand statunitense di lingerie in pieno centro storico a Dublino.

Il 2017 è iniziato col segno positivo anche per quanto riguarda la produzione nel settore delle ali piovane per l'irrigazione, nonché nella realizzazione di serbatoi e telai ad uso industriale. Per quanto riguarda invece il comparto rimorchi e semirimorchi adibiti al trasporto eccezionale, va sottolineata la recente acquisizione una commessa per la fornitura di un'intera flotta di semirimorchi con un peso totale di oltre 50.000 kg di acciaio.

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

## CARRON



È in crescita la produzione del Gruppo Carron di San Zenone degli Ezzelini, che ha chiuso il bilancio 2016 a 203,1 milioni di euro in aumento del 17,3% rispetto al 2015. Pur operando in un mercato ancora in contrazione, Carron ha mantenuto l'utile a 4,1 milioni di euro. A delineare lo sviluppo, anche il portafoglio lavori, che a fine 2016 vale 450 milioni di euro, di cui 150 milioni acqui-

siti nel corso dell'anno. Significativo, inoltre, il valore del margine operativo: la gestione del 2016 ha infatti generato 13,8 milioni di euro.

“Un marcato impulso allo sviluppo, nel 2016, è venuto dalla nostra struttura in Alto Adige, Carron Bau, operativa da tre anni in un territorio che premia l'affidabilità e la serietà che ci contraddistingue”, sottolinea il Presidente del Gruppo, l'Architetto Diego Carron. “A permetterci di crescere, la nostra capacità di realizzare operazioni complesse, diventando un punto di riferimento per gli interventi di ristrutturazione e riqualificazione, anche nel comparto della ricezione turistica, che è uno dei driver del nostro sviluppo, insieme al settore ospedaliero e alla realizzazione di grandi infrastrutture”. Tra le opere consegnate nel 2016, il nuovo stabilimento ecosostenibile Bulgari Gioielli a Valenza, il nuovo polo logistico Gucci a Scandicci, Firenze, il restauro dell'Hotel extralusso Eden a Roma. Nell'ambito delle infrastrutture, nel 2016 Carron si è aggiudicata l'appalto da 25 milioni di euro per la nuova tangenziale di Guidizzolo (Mantova), mentre sono partiti i lavori di intrattamento dei binari della Trento – Malè (14,3 milioni di euro).

Tra le opere che hanno invece preso il via nel 2017, la costruzione della Cittadella della Salute a Treviso, mentre durante l'estate si aprirà il cantiere per la realizzazione del nuovo complesso ospedaliero antisismico nel Comune di Fermo. In oltre cinquant'anni di storia, Carron, con unità locali a Milano e Roma, e una sede secondaria in Alto Adige, si è affermata come una delle più importanti realtà italiane del comparto, operando sull'intero territorio nazionale, con oltre 200 dipendenti e un potenziale indotto di oltre 700 unità. “Tra gli obiettivi che perseguiamo da sempre, la trasparenza delle informazioni finanziarie verso gli stakeholders, a partire dalla redazione del bilancio di legalità, dal rispetto di un codice etico e dall'ottenimento del rating di legalità, risultando tra le imprese di costruzione con il punteggio più alto in Veneto”, chiude l'Architetto Carron.

Foto: Diego Carron

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

## RITZ SADDLER



Ritz Saddler, il brand italiano che fa capo a Fabrizio e Cristina Zanetti, ha aperto a Cortina il primo monomarca dal carattere squisitamente italiano, mixando l'heritage del brand con una nuova visione del futuro e proponendo un'esperienza di acquisto fuori dagli schemi tradizionali.

Fabrizio Zanetti è l'erede della dinastia industriale nordestina del caffè, oggi giovanissimo Amministratore Delegato di Hausbrandt, Presidente del Gruppo Alimentare di Unindustria Treviso e Vicepresidente dei Giovani di Federalimentare. Cristina Pasqualetti ha invece appena 27 anni ed è un'imprenditrice del fashion.

“Unire lusso e contemporaneità, in uno stile senza tempo, caratterizzato da un'attenta selezione dei materiali e un'alta qualità manifatturiera è il valore iconico che Ritz Saddler vuole rappresentare con il suo ritorno sul mercato”, ha spiegato l'azienda. Un negozio di 200 mq, caratterizzato da materiali naturali come legni di recupero da vecchi fienili e preziosi damaschi veneziani abbinati a velluti pregiati, riporta nella conca delle Dolomiti un “must have” di cui si sentiva la mancanza.

“L'atmosfera raffinata e al tempo stesso rilassante assicura una shopping experience esclusiva, in ambienti che dialogano tra loro attraverso un codice espressivo, quello di Ritz Saddler, in cui risalta la preziosità dei capi. La piacevolezza dell'acquisto si potrà prolungare tra lettura e degustazione di un caffè Hausbrandt: la boutique si trasforma e permette la condivisione di momenti di piacere anche per gli accompagnatori. Una collezione testimone di uno stile più che mai attuale, che presenta nella collezione maschile capi classici conce-

piti, sviluppati e realizzati con assoluta cura al dettaglio. Tessuti selezionati, materiali preziosi come i cachemire di Biella, le sete e le pelli provenienti dalle conche della Toscana o raffinati bottoni in corno e preziose cerniere in oro. Ancora più affascinante la collezione donna che racchiude in ogni capo e negli accessori un'eleganza quotidiana unica, dall'allure inconfondibile”.

Foto: Fabrizio e Cristina Zanetti

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

## EUROSYSTEM

**academ IT**  
know IT to grow in it

Come sfruttare appieno l'esperienza e la competenza di due aziende IT per dar vita ad un'offerta di ancor più alto valore? Con questa domanda Eurosystem S.p.A. di Villorba ([www.eurosystem.it](http://www.eurosystem.it)) e Nordest Servizi S.r.l. di Tavagnacco (Udine) ([www.nordestservizi.it](http://www.nordestservizi.it)), aggregatesi di recente, hanno ideato un'academy dedicata all'IT manager e ai suoi collaboratori con l'obiettivo di aumentare la consapevolezza di strumenti e potenzialità dell'IT nelle aziende di oggi.

“Proseguire e potenziare il progetto formativo avviato già da Nordest Servizi, prima dell'aggregazione – spiega il Presidente di Eurosystem, Gian Nello Piccoli – per noi significa consegnare all'IT manager e alla sua squadra strumenti sempre più determinanti nelle strategie aziendali”.

AcademIT, così si chiama ora la scuola di formazione rivolta agli IT manager che vogliono crescere e valorizzare il proprio ruolo in azienda, ha uno slogan chiaro: know IT to grow in IT. Cosa meglio della consapevolezza e della conoscenza per realizzare progetti IT realmente significativi per il proprio business? Il valore aggiunto per l'impresa che investe in questo tipo di formazione è avere non più un IT manager, ma un manager dell'IT, che assuma un ruolo attivo e strategico nei processi di sviluppo e raggiungimento dei risulta-

ti: una persona che arricchisca il sapere aziendale con nuove competenze e abilità, e contribuisca non solo alla crescita dell'impresa, ma soprattutto a quella della sua competitività.

“In questa prima parte dell'anno – continua Piccoli – abbiamo coinvolto clienti, e non solo, in giornate di formazione sulle tematiche da loro stessi molto sentite. Abbiamo tenuto corsi sulla sicurezza aziendale che hanno spaziato dal nuovo Regolamento Privacy UE, ad analisi e strumenti di controllo per la sicurezza del business: i docenti di AcademIT hanno fatto quindi formazione sulla “governance della sicurezza”.

Non solo corsi manageriali, per imparare a “saper fare”, ma anche tecnici e personali, per “sapere” e “saper essere”, in termini di competenze tecniche e soft skills.

Portare avanti questo progetto significa essere presenti in Veneto, Lombardia, Emilia Romagna e Friuli Venezia Giulia, con l'idea di favorire il più possibile l'incontro tra AcademIT e chi vuole rinnovare o semplicemente migliorare l'efficienza del comparto IT. Ma la preparazione non avviene solo in aula: AcademIT offre anche la possibilità di seguire dei webinar, “lezioni web” per una formazione snella fatta di approfondimenti adatti ad un aggiornamento online veloce, comodo e gratuito. Dai finanziamenti per l'IT, come utile vademecum per orientarsi tra le tante possibilità, all'outsourcing dei servizi IT, per capire come ottimizzare i tempi affidandosi all'esterno, alla Business Intelligence, come strumento di conoscenza su cui basare le strategie future: queste solo alcune delle tematiche fino ad oggi trattate.

Dunque una prima parte dell'anno ricca di eventi formativi, come lo sarà anche la seconda con il programma di corsi e webinar di AcademIT che verteranno su sicurezza, IoT e Project Management.

Ma i mesi autunnali non saranno solo formazione, perché Eurosystem sarà presente ad alcuni tra i più importanti eventi e fiere di settore del Nord e Centro Italia: Farete, il meeting point annuale di Confindustria Emilia che si terrà a Bologna, il Salone delle Medie Imprese a Pordenone, la tappa veronese del Security Summit il 4 ottobre, GIS a Piacenza e HOST a Milano sempre ad ottobre. Presenterà le ultime inno-

vazioni della propria offerta IT, dalle soluzioni software di gestione aziendale (ERP, Business Intelligence, CRM) ai nuovi trend in ambito datacenter e cloud, alla nuova proposta di servizi IT in outsourcing nata dall'aggregazione con Nordest Servizi. “Decisamente un autunno molto caldo – conclude Piccoli – che affrontiamo con la dedizione a questo mercato e territorio che ci accompagna ormai da 38 anni”.

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

## KERT



Da sempre Kert S.r.l. di Caerano San Marco si occupa di ricercare soluzioni innovative, sia dal punto di vista tecnologico che dei materiali, al fine di anticipare e soddisfare la domanda dei mercati con prodotti di comprovata qualità, efficienza e affidabilità. Unitamente, l'azienda si dedica con notevole impegno a seguire al meglio le esigenze dei singoli clienti, seguendoli sia nelle fasi precedenti che successive alla vendita per garantirne la massima soddisfazione.

La costante ricerca della qualità, sia nel prodotto che nel rapporto con i suoi clienti, e l'identità di valori ha fatto sì che la società caeranesa sia entrata a far parte dei fornitori di Evobus Italia S.p.A. Evobus è una società del Gruppo Daimler e rappresenta la divisione autobus per l'Italia dei marchi Mercedes-Benz e Setra: urbani, interurbani, da turismo e minibus in una molteplicità di varianti. Dal 2016 hanno scelto gli inverter Kert e vengono installati su tutti gli autobus venduti in Italia.

Questi inverter garantiscono le massime performance nel rispetto della normativa più stringente, come attestato dalla certificazione ECE-R10, alimentando qualsiasi tipologia di carico in qualsiasi condizione e sono ideali per l'utilizzo su sistemi o mezzi che necessitano di di-sporre della tensione 230 Vac.

Le possibilità di impiego sono molte-

plici, oltre a ricaricare il cellulare o altri dispositivi mobili dei passeggeri, con le prese a 230 Vac è possibile installare diverse tipologie di apparecchiature sul veicolo: dalla macchina per il caffè al Wi-Fi e tutti gli apparecchi che servono a rendere il viaggio più confortevole.

Le prese sui posti a sedere, come nei treni, non sono più considerate un optional ma indispensabili per tutti i viaggiatori. La loro presenza a bordo si avvia a diventare una dotazione sempre più necessaria per soddisfare i passeggeri moderni e il gruppo Kert si è dimostrato ancora una volta preparato a far fronte a queste nuove esigenze con prodotti dall'elevato valore aggiunto.

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

## LBA



Un 2017 ricco di idee e tantissimi nuovi progetti per Lba S.r.l., azienda di Oderzo che da oltre 35 anni concepisce e produce sistemi abrasivi innovativi e prodotti brevettati per applicazioni specifiche nei settori del legno, del metallo, del vetro e dell'autocarrozzeria, dei compositi, della pelle, del tessile e in generale ovunque nasca l'esigenza di un trattamento ottimale della superficie.

La prima parte dell'anno è stata all'insegna di eventi internazionali del consueto Lba InnovatiOn Tour, come il Dubai WoodShow 2017 dove il focus è stato sui numerosi prodotti brevettati che l'azienda ha sviluppato e su Finishing Lab: un centro di sperimentazione nato dalla collaborazione iniziale con il prestigioso istituto di ricerca Catas e con alcuni tra i principali produttori di macchine levigatrici, che oggi vanta collaborazioni a 360° con il mondo dell'architettura, del design e in genere con i principali organismi

di ricerca e sviluppo per la finitura superficiale con l'obiettivo di dare vita a nuove finiture realizzabili attraverso processi produttivi semplici grazie alla sinergia tra macchine levigatrici, innovativi nastri abrasivi Lba e.... creatività umana. L'InnovatiOn Tour è continuato, con la partecipazione di Lba a Ligna 2017, un successo senza precedenti con la presentazione delle nuove linee di prodotto High Quality, High Tech e High Performance, oltre a due importanti novità tecnologiche: Combi All Black, nuovo nato in casa Combi, la fortunata e famosa serie di nastri abrasivi dal rivoluzionario supporto brevettato, studiato per linee di verniciatura 4.0 ad alte prestazioni e CT18, un nuovo abrasivo dal supporto combinato carta "tear resistance", frutto di un innovativo processo produttivo in corso di brevetto che porterà una progressiva sostituzione dei tradizionali abrasivi con supporto in tela con notevoli vantaggi in termini di costo e smaltimento. La cornice di Hannover è stata inoltre l'occasione per presentare in anteprima mondiale il nuovo progetto "Lba Go Green", ovvero un brand coniato per dare ufficialità e contraddistinguere in Lba tutte le nuove iniziative sostenibili avviate a partire dal 2017 per aumentare la sensibilità prima internamente e poi all'esterno dell'azienda.

Grazie a questo progetto, l'azienda di Oderzo si pone ora più che mai l'obiettivo di contribuire al miglioramento di ogni superficie attraverso l'offerta di prodotti abrasivi di qualità, ad alte prestazioni e soprattutto "worker friendly" ovvero amici del lavoratore poiché facili da utilizzare e in grado di migliorare l'ambiente di lavoro nel quale vengono impiegati. Scegliere Lba come partner significa compiere il primo passo verso un processo di ottimizzazione della superficie con risultati tangibili in termini di prestazioni, qualità e riduzione dei costi produttivi.

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

### NU-MABER

Lo spirito innovativo di Nu-Maber S.r.l. di Roncade è online: [www.numaber.it](http://www.numaber.it). Il cliente ora può leggere le ultime novità sulla flessografia e accedere a diversi servizi gratuiti. La rivoluzione digitale coinvolge innanzi tutto le aziende e Nu-Maber, service di prestampa flexo



con tecnologie all'avanguardia, lo ha già intuito e ha trasformato questa tendenza in vere opportunità per il cliente. Dalla scrivania come da ogni dispositivo mobile è possibile informarsi sulle ultime tendenze della flexo collegandosi al profilo LinkedIN aziendale, leggendo le ultime news dal blog oppure ricevendo la newsletter che fa recapitare tutte le novità sulla casella di posta. Se la velocità è tutto nel lavoro anche la sicurezza non deve essere trascurata. Oggi per il BtoB Nu-Maber offre gratuitamente ai propri clienti lo spazio FTP per condividere tutti i file utili alla realizzazione dei fotopolimeri flexo digitali, delle lastre flexo AWP all'acqua e delle lastre flexo Kodak Flexcel NX. Oppure, per realizzare le Direct Sleeve, le maniche in elastomero incise. Lo spazio FTP è ormai essenziale anche per il servizio di prestampa flexo di Nu-Maber: il modo sinergico per ottenere l'alta qualità con il cliente. lo spazio FTP è un ambiente sicuro perché crittografato dal sistema ufficialmente riconosciuto SSL, ovvero non rintracciabile da estranei.

La velocità non basta mai e Nu-Maber mette a disposizione online il preventivo per le Direct Sleeve, le maniche incise. Una serie di campi tecnici supportati da immagini esaustive offre la possibilità di richiedere il preventivo del prodotto con le specifiche di ciascun cliente. La rivoluzione della tecnologia mobile ha cambiato le modalità di utilizzo degli strumenti informatici anche per le aziende e Nu-Maber ha colto in questo un'opportunità mettendo il cliente al centro, migliorandone la produttività con una serie di servizi gratuiti, utili alla sua attività sempre in movimento, e presto arriveranno altre novità!

### MAW MEN AT WORK

MAW Men At Work Agenzia per il Lavoro S.p.A., società fondata in Italia nel 1998, ha venduto le quote di partecipa-

zione dei soci non operativi a un veicolo controllato dal fondo spagnolo Proa Capital Iberian Buyout Fund II F.C.R., gestito da ProA Capital de Inversiones. Il fondo con questa operazione completa la sua prima acquisizione in Italia. MAW - Men At work, si legge in una nota, "con oltre 60 filiali distribuite capillarmente sul territorio italiano, rappresenta una delle realtà più dinamiche nel settore del lavoro somministrato. Fortemente focalizzata sul settore industriale MAW si è specializzata nella gestione delle risorse umane delle aziende che costituiscono l'eccellenza del made in Italy". "Questa operazione - commenta Francesco Turrini, Amministratore Delegato dell'azienda - permette di svilupparci anche a livello internazionale e di offrire alle nostre aziende clienti un servizio ancora più completo vincendo le sfide di mercati diversi da quello italiano. Inoltre - conclude Turrini - ci consentirà di dare alle nostre risorse l'opportunità di crescere professionalmente intraprendendo un percorso internazionale e ai talenti che contribuiranno maggiormente alla crescita dell'azienda di diventarne soci. È con questo spirito infatti che MAW ha deciso di far diventare soci i manager della prima linea, persone con ruoli, competenze e rilevanze differenti accomunate dal sogno di una grande MAW". "Ora il principio è sancito -dichiara Paolo Bellotto, responsabile del Nord Est e nuovo socio di MAW- e nei prossimi anni prevediamo l'ingresso di altri soci, scelti tra i migliori talenti che lavorano in MAW".

"Il segreto del successo di questa azienda - aggiunge - sta nella capacità di fare leva sulle specificità e le caratteristiche del territorio, di mappare le particolarità e i fabbisogni delle aziende per soddisfare le necessità socio-economiche del sistema produttivo locale". Paolo Bellotto, nuovo socio di MAW, è stato protagonista dello sviluppo di un'area strategica, che oggi vanta 18 filiali dislocate tra Veneto e Friuli Venezia Giulia, in continua crescita, e annovera numerosi settori di specializzazione: alimentare; metalmeccanico, legno arredo, turismo, concia e gomma plastica. In questa rinnovata compagine societaria, è entrata anche Alessia Rossi, responsabile per le province di Treviso e Venezia che commenta: "Sono orgogliosa dei risultati raggiunti nell'area di mia competenza

e di aver contribuito, con il mio team, al successo di MAW; crediamo che la nostra forza sia riconducibile alla capacità di individuare e promuovere il valore delle persone, “persone fantastiche” come cita il nostro slogan, unita all’interpretazione dei fabbisogni specifici di ciascuna realtà imprenditoriale. Nel perseguire questo obiettivo ci impegniamo a trovare soluzioni in grado di formare i candidati in modo customizzato, per collocare il candidato giusto nel posto giusto”.

A premiare e convalidare questo modus operandi ci pensano i risultati: il 2016 per MAW si è chiuso con 186 milioni di fatturato e 10 milioni di Ebitda, in crescita del 35% rispetto all’anno precedente. Nei primi 6 mesi del 2017 la crescita è ancora più sostenuta: +40% rispetto al medesimo periodo dell’anno precedente.

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

## ATS



Un utile di esercizio a quota 3,1 milioni di euro a fronte di 10,8 milioni di investimenti, con un rafforzamento della situazione finanziaria e patrimoniale che consentirà di proseguire con interventi importanti sulle infrastrutture e i servizi, potenziando anche i fondi impiegati per le politiche sociali in favore dei cittadini maggiormente in difficoltà. Sono questi i numeri fondamentali del bilancio 2016 di Ats di Montebelluna approvato lo scorso 26 luglio dall’assemblea dei Sindaci dei 53 Comuni soci di Alto Trevigiano Servizi.

“Si tratta di dati molto positivi – ha commentato il Presidente di Ats Raffaele Baratto – che confermano la qualità della gestione in un quadro di grandi investimenti a beneficio di un territorio che, dalla rete idrica a quella fognaria, ha ancora bisogno di importanti interventi migliorativi. Significativo è il fatto che gli utili di esercizio non saranno distribuiti alle Amministrazioni Comunali socie di Ats ma saranno in-

teramente impiegati per ulteriori nuovi investimenti e per rafforzare le politiche di calmierazione della tariffa e di aiuto economico in favore delle fasce della popolazione ancora molto esposte alle conseguenze della recessione”. Un numero, quello dei cittadini che hanno richiesto le agevolazioni per le cosiddette utenze deboli che nel 2017 risulta in crescita di oltre mille unità rispetto al 2016, passando da 2.457 aventi diritto a 3.609.

“Un aumento – ha spiegato l’Amministratore Delegato di Ats Pierpaolo Florian – che se da un lato dimostra come vi siano ancora condizioni di forte difficoltà economica e sociale nel territorio, dall’altro sono il risultato del fatto di avere ampliato i tempi per la presentazione delle domande e innalzato il limite Isee per chiedere il sostegno economico, passato da 13mila a 15mila euro”. Ats ha inoltre deciso di confermare anche nel 2017 i 40 euro di sostegno previsti nel 2016 per ogni bolletta, in deroga a quanto stabilito dal Consiglio di Bacino che aveva precedentemente “congelato” l’ammontare complessivo del fondo per le agevolazioni, che quindi all’aumentare delle richieste si sarebbe ridotto per singola utenza.

“Prendendo coscienza della realtà sociale che ci circonda – ha sottolineato Florian – Ats ha deciso di aumentare la dotazione e mantenere a 40 euro annui (su una bolletta che mediamente vale 98 euro annui) l’importo delle erogazioni per le fasce sociali deboli”. Tra gli investimenti realizzati nel 2016 che si ritrovano nel bilancio 2016 di Ats spicca la quota relativa ai servizi per l’utenza, resi più moderni e funzionali grazie all’impiego di quasi 2 milioni di euro. Strategie inoltre le politiche adottate per la razionalizzazione delle linee di credito e la patrimonializzazione della società. “Grazie a queste operazioni – hanno detto il Presidente e l’Amministratore delegato di Ats – il valore del nostro credit score è aumentato di oltre 6 milioni di euro”.

Tra gli obiettivi del 2017 vi sono il potenziamento della rete idrica, l’ampliamento di quella fognaria, l’implementazione dei servizi online e la razionalizzazione dei sistemi di distribuzione, con particolare riferimento alla prevenzione dei disservizi durante i sempre più frequenti periodi siccitosi. “Tutti interventi urgenti – hanno concluso Florian e Baratto –

che potremo realizzare con efficienza e in tempi medio brevi grazie alla solidità finanziaria di Ats. Quello che ci siamo posti come obiettivo è il continuo miglioramento del servizio alla popolazione”.

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

## DBA GROUP



L’annuncio che il Fondo Italiano di Investimento ha deliberato di vendere le proprie partecipazioni in società italiane non ha colto di sorpresa i fondatori di Dba Group, azienda al 67,20% dei fratelli De Bettin e al 32,80% del Fondo Italiano, emanazione del Ministero del Tesoro per il tramite della Cassa Depositi e Prestiti. L’ipotesi sulla quale il Fondo e i fratelli De Bettin stanno lavorando insieme è il collocamento di Dba all’AIM di Borsa Italiana. Il percorso è già avviato e potrebbe concludersi entro il 2017. Il collocamento stava comunque tra le ipotesi scritte nel progetto di partecipazione del Fondo. Dba Group si è trovata pronta, con un anticipo di circa un anno sulle previsioni formulate sei anni fa quando il Fondo ha acquisito la partecipazione minoritaria per favorire la crescita e l’internazionalizzazione della società che ha sede operativa a Villorba.

E così è stato. Dal 2013 al 2016 il fatturato del Gruppo e il numero degli addetti (in larghissima maggioranza ingegneri) si sono infatti raddoppiati, rispettivamente da 20 a 41 milioni di euro e da 220 persone a 412. E ciò sia per acquisizioni, sia per una crescente penetrazione nei mercati internazionali e per la metamorfosi interna verso competenze, servizi e mercati sempre più evoluti. Nel 2015 è stata infatti acquisita la slovena Actual IT di Capodistria e nel 2017 Itelis, un’altra società

slovena di know how e servizi di consulenza per la gestione dei sistemi ERP e SAP. La spinta verso i mercati esteri si è indirizzata particolarmente verso i Balcani e attualmente il Gruppo sta lavorando, oltre che in Italia dove conta dodici sedi, anche in Slovenia, Croazia, Serbia, Bosnia Erzegovina, Montenegro, Russia e Azerbaijan.

Nata in casa a Costalissoio in Comune di Santo Stefano di Cadore come studio di ingegneria e architettura 'De Bettin e Associati' con Francesco, Raffaele, Stefano e Daniele, i quattro figli del geometra Bortolo De Bettin, una volta scesa in pianura alla periferia di Treviso la società si è strutturata in divisioni specializzate. E con il gusto, diffuso tra i collaboratori, di inventare modalità e servizi nuovi.

Dba ha utilizzato le conoscenze via via acquisite come generatrici di altre conoscenze e di competenze nuove collocate sulla frontiera più avanzata dell'innovazione. Per crescere e far crescere, il Gruppo dei fratelli De Bettin non ha creato scarti o sfridi, non ha espulso persone, non ha abbandonato clienti, ma ogni volta, con una acquisizione o con l'implementazione di una nuova linea di servizi, ha rigenerato se stesso ed ha rigenerato, quando possibile, le relazioni con i clienti, riversando su di loro, secondo le loro necessità, le nuove conoscenze, fino all'IOT e all'intelligenza artificiale attuali.

Sono rimasti integri i valori dei quattro ragazzi del Cadore, persone di parola con i propri collaboratori e con i clienti. Questa è la storia, in sintesi, di una multinazionale tascabile, per scelta indipendente e fedele alla mission di far bene il proprio lavoro e di offrire ai clienti il meglio delle competenze presenti sul mercato. E che ora va a proporsi anche sul mercato dei capitali. Il progetto prevede che il Fondo Italiano di Investimento mantenga ancora una quota di partecipazione.

*Foto: da sinistra i fratelli Daniele, Francesco, Stefano e Raffaele De Bettin*  
**www.dbagroup.it**

## INCOLD

Incold, azienda del gruppo Arneg e leader nel settore della refrigerazione con stabilimento a Rovigo, è stata protagonista alla 40° edizione della fiera Host, leader assoluto nel settore Ho.Re.Ca,



foodservice, retail, GDO e hotellerie. Con uno stand di 651mq in condivisione con la consociata Oscartielle, ha presentato in anteprima al mercato e agli operatori professionali le novità e le ultime realizzazioni, oltre che le innovazioni su prodotti e servizi.

In particolare, l'innovativa linea pannelli certificati al fuoco, le nuove realizzazioni per ambienti aggressivi, le nuove porte ad avvolgimento rapido. L'azienda punta sempre più sui progetti chiavi in mano: il dipartimento ingegneristico studia soluzioni adatte ad ogni grande esigenza, fornendo un servizio che va dallo studio degli spazi alla consulenza sui materiali fino alla progettazione, realizzazione e montaggio, in Italia e all'estero, di prodotti per la refrigerazione adatti a tutte le esigenze. Tra i clienti di Incold: i supermercati americani Costco, ma anche grandi catene italiane come Aspiag.

Tra i prodotti esposti ad Host 2017, quale ultima innovazione dell'azienda Incold Active, le porte ad avvolgimento rapido per il controllo del traffico e delle temperature. Disponibili in quattro diverse linee, le nuove porte Incold Active sono studiate per ricoprire tutte le possibili applicazioni - dalle aperture esterne alle camere bianche, dal traffico intenso al transito di carichi lenti - capaci di accontentare anche la più rigorosa delle esigenze, non solo nel settore della refrigerazione. Disponibili in versione Zip con guide su cerniera (classe 3 di resistenza al vento), Glide con avvolgimento silenzioso, Fold up ad impacchettamento e Freezer per il mantenimento della temperatura.

L'azienda è partner di grandi progetti che costituiscono una novità assoluta in Italia: il colosso tedesco Aldi ha scelto Incold per la sua prima apertura, affidando la progettazione e costruzione del primo centro di distribuzione in Italia; Masseria Fruttirossi, innovatore nel campo della lavorazione del melograno, si è affidata all'azienda per la costruzione di celle con pannelli verti-

cali che fungono anche da pareti dell'edificio con un risparmio in termini di costruzione e flessibilità nell'eventuale smantellamento o spostamento dell'edificio. Altra grande apertura nel 2017 è FICO by Eataly, per cui Incold ha progettato e costruito tutte le celle e gli impianti.

In Qatar Incold è approdata al nuovo porto di Doha (New Port Project da 26 kmq per 7,4 miliardi di dollari), dove è in avvio un progetto con celle industriali, e a Malta, nel settore della pasticceria e catering di alta gamma, al famoso Busy Bee con celle a bassa temperatura, sale di lavorazione, pareti e porte. L'Amministratore Delegato di Incold, Filippo Finco dichiara: "Abbiamo presentato ad Host grandi novità frutto di un lavoro sviluppato sul campo per andare sempre più incontro alle richieste dei clienti. Grazie al nostro team di ricerca e sviluppo, oggi aggiungiamo al nostro portfolio Incold Active, un prodotto nato per dare una risposta efficace alla richiesta di risparmio energetico per evitare la fuga del freddo per le numerose aperture richieste nell'industria alimentare e nella logistica refrigerata. Si tratta di un prodotto estremamente versatile e valido per qualsiasi attività commerciale o industriale di medie e grandi dimensioni".

Incold S.p.A. nasce nel 1996 come stabilimento distaccato del Gruppo Arneg con sede a Marsango, dedicato alla produzione di celle frigorifere. Un'equipe tecnica specializzata e la conoscenza del mercato acquisita nell'ambito del Gruppo a livello mondiale, permettono ad Incold di diventare un riferimento europeo nel settore delle celle frigorifere commerciali, industriali e di porte isoterme, raggiungendo un giro d'affari di circa 50 milioni di fatturato in soli 20 anni. Lo stabilimento Incold, con sede a Rovigo, occupa un'area di 80.000 mq e impiega circa 190 persone. Il Gruppo Arneg prevede di toccare per l'anno 2017 700 milioni di fatturato, impiegando 3.000 persone in tutto il mondo. Incold ha una capacità produttiva annua di oltre 1.000.000 mq di pannelli e di oltre 15.000 porte isoterme.

*Foto: Filippo Finco*  
**www.incold.it**



O zone, agenzia di comunicazione di Ponzano Veneto, affianca e racconta Greenproject Italia, azienda attiva nella promozione e vendita di prodotti eco-bio per la cura della persona e della casa. L'evoluzione odierna di questo mercato in continua crescita e di un target consumer sempre più attento e preparato, spinge numerosi player a ricercare un posizionamento più efficace. Con questo obiettivo, o zone ha seguito l'analisi strategica e l'esecuzione operativa del piano di comunicazione biennale 2016-2017. La gestione della comunicazione di Greenproject è iniziata nel 2016 con una minuziosa pianificazione strategica a breve e lungo termine. Per il rinnovo della brand identity aziendale è stato svolto un lavoro di restyling sul logo, declinato su tutti i supporti, come il company profile e i cataloghi, arricchiti con illustrazioni, infografica e stampati su eco-carta certificata, volta a rafforzare il messaggio eco-friendly. Le immagini di prodotto, tecniche ed emozionali, con ambientazioni costruite per esaltare le caratteristiche di ogni linea, sono state realizzate nella sala pose e con l'art direction di o zone. L'agenzia è intervenuta sui pack delle linee Greenatural e Green & Beauty, ridefinendo le grafiche delle confezioni e delle etichette, i codici colore, l'iconografia e gli altri elementi di riconoscibilità, per garantire una concreta resa a scaffale in riferimento a target differenti. A livello web e digital, è stato progettato e completamente rinnovato il sito di Greenatural, affiancato da una fondamentale attività di content marketing sui brand pillar, approfonditi nel blog e promossi con una strategia dedicata su Facebook. Per il Sana, fiera di riferimento per il settore, sono stati progettati e decorati

gli stand delle edizioni 2016 e 2017. Tra i clienti con cui o zone sta lavorando ricordiamo anche Italia Zuccheri, Rasom, Euromobil, Montegrande, Olio Piave, il gruppo AGCO (con i marchi Laverda, Massey Ferguson, Fendt) e Hay Hampers Ltd. azienda inglese di luxury box alimentari che ha rinnovato la sua collaborazione per il terzo anno consecutivo.

[www.o-zone.it](http://www.o-zone.it)

#### ACQUAVITE ROBERTO CASTAGNER



“L'incontro che mia figlia Giulia ed io, insieme al grande amico Francesco Grollo, abbiamo avuto a Forte dei Marmi lo scorso luglio con Andrea Bocelli e la moglie Veronica, è sicuramente uno di quegli episodi che non dimenticherò mai – confessa Roberto Castagner, Presidente del Premio Fuoriclasse e patron della Distilleria che porta il suo nome –. Andrea Bocelli, pur essendo una vera celebrità, si distingue anche in termini di semplicità, e nel corso dell'incontro durante il quale gli ho comunicato la candidatura a Premio Fuoriclasse 2017, me ne ha dato prova con la sua capacità di mettere chiunque a proprio agio e con il suo linguaggio caldo e diretto, empatico e divertente. La moglie Veronica, ammirevole ed attenta nel gestire ogni dettaglio della vita di Andrea anche in relazione alle tante persone che gli gravitano intorno, è forse il vero segreto di una coppia bella e di successo che tutto il mondo invidia”. Istituito nel 2006 da Roberto Castagner, il Premio Fuoriclasse ogni anno attribuisce a un personaggio italiano che si distingue in qualsiasi campo delle attività umane, un riconoscimento per la propria opera. Dall'arte all'imprenditoria, dalla scienza allo sport, Castagner premia chi si dimostra capace di fissare nuovi traguardi arricchendo la società con il proprio contributo e stabilendo nuovi punti di riferimento.

Lo scorso 18 luglio a Forte dei Marmi, Roberto Castagner ha annunciato ad Andrea Bocelli, di essere stato designato prossimo Fuoriclasse 2017 dalla Giuria del premio che annovera negli anni oltre 50 giurati tra i quali spiccano personaggi dell'imprenditoria come Giovanni Rana, Andrea Tomat, Bruno Vianello, Rossana Bettini Illy, Massimo Colomban; dello sport quali Manuela Di Centa e Roberto Bettega; della cultura quali Francesco Grollo, Andrea Molesini, Massimo Cacciari, Roberto Papetti, Gian Antonio Stella e molti altri ancora.

La cerimonia di premiazione è avvenuta il 25 settembre a Forte dei Marmi.

Con Andrea Bocelli, il Premio Fuoriclasse si arricchisce di una personalità di grande levatura, artistica e morale. Una vera celebrity che vanta innumerevoli riconoscimenti in ogni angolo del pianeta e al contempo s'impone come esempio di vera solidarietà: attraverso la “Andrea Bocelli Foundation” tende infatti la mano a molte persone in difficoltà, sostiene progetti nazionali e internazionali in tema di malattia, indigenza, emarginazione sociale, favorendo concretamente il superamento di tali problematiche.

I Fuoriclasse nominati nelle precedenti edizioni dal 2006 sono nell'ordine: Vittorio Feltri, Marcello Lippi, Virna Lisi, Alberto Bauli, Carlo Rubbia, Anna Fendi, Red Canzian, Bruno Vespa e Arrigo Cipriani.

Si tratta di emblematici rappresentanti della migliore italianità, dotati di qualcosa di speciale che trova espressione nell'ambito professionale come sul piano personale, in termini di valori umani universalmente riconosciuti. Persone che costituiscono esempi positivi per le nuove generazioni. Proprio lo scopo cui principalmente mira il Premio.

Nel corso dell'attesa serata di premiazione, Roberto Castagner ha presentato due nuovi prodotti: la grappa Fuoriclasse Leon Prosecco Valdobbiadene, che è stata servita ben ghiacciata come pre-dessert e l'Amaro Leon, specialità che vede la combinazione di ben 46 erbe botaniche in una formulazione ancora più avvincente.

La distilleria Acquavite S.p.A. nasce con i tre soci Roberto Castagner, Vittore Castagner e Bernardo Piazza. Dopo quindici anni si è affermata come una delle prime cinque aziende in Italia per fatturato grappa e sicuramente è considerata

un'azienda all'avanguardia nel settore. È una vera start up di questo mondo, considerando che le altre aziende hanno una storia di 100 o 200 anni alle spalle. Partire per ultimi può essere quindi lo stimolo in più per trovare nuovi spazi di mercato. La Roberto Castagner Acquavite oggi è diventata un brand apprezzato e affermato in Italia e nel mondo come simbolo dell'Italian Spirit di qualità.

Foto: Giulia e Roberto Castagner

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

## PRESSOFUSIONE SACCENSE



Pressofusione Saccense S.r.l. ha ottenuto il premio Bosch Supplier Award 2017, riconoscimento che il colosso tedesco assegna ai fornitori che si distinguono per le elevate performances relative a qualità, costi, innovazione e logistica. Il premio viene assegnato ogni due anni a fornitori selezionati su scala mondiale e sono attualmente più di 35mila le aziende che collaborano con Bosch. Pressofusione Saccense è stata l'unica premiata nella categoria fonderie.

L'azienda di Piove di Sacco, specializzata nella produzione di getti pressofusi in lega leggera, spedisce prodotti pronti all'assemblaggio in più di 15 Paesi, anche extraeuropei. Con 130 dipendenti e un fatturato di oltre 20 milioni di euro, Pressofusione Saccense produce 10 milioni di componenti per alternatori, 8 milioni di componenti per sistemi Diesel e 1 milione componenti gas.

Per il prossimo futuro ha già commesse che potranno portare rapidamente ad un aumento del fatturato del 50% con una conseguente crescita occupazionale, grazie a progetti acquisiti come bici elettriche e sistemi Dnox per l'abbattimento delle emissioni di Co2 dei motori Diesel.

“Siamo onorati e molto felici per aver nuovamente ottenuto il prestigioso riconoscimento, segnale che le strategie aziendali incontrano le richieste dei mercati più esigenti – spiega Fabio

Voltazza, Amministratore Delegato di Pressofusione Saccense e imprenditore di seconda generazione –. Si tratta di un importante risultato reso possibile grazie all'impegno e alla dedizione di dipendenti e collaboratori che con la loro professionalità hanno contribuito al successo di Pressofusione Saccense e di Bosch”.

“Partners in Success”, lo slogan della cerimonia di premiazione svoltasi a Stoccarda lo scorso luglio, riassume lo spirito del premio voluto da Bosch ed evidenzia come le aziende selezionate siano molto più che semplici fornitori di prodotti e servizi, ma veri e propri partner che con le loro prestazioni contribuiscono al successo di Bosch nel mondo.

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

## PRIMO FRANCO



Produrre il Prosecco Superiore è l'arte di saper interpretare la meravigliosa tela naturale delle colline, candidate a Patrimonio Unesco, che si estendono tra Conegliano e Valdobbiadene.

L'amore per la terra e la sapienza dei viticoltori trasformano l'uva in un'esperienza sensoriale che evoca immagini e suscita emozioni, come solo un capolavoro sa fare. È da questa consapevolezza che nasce la partnership tra la cantina Nino Franco di Valdobbiadene e Artissima, la principale fiera d'arte contemporanea in Italia. Un connubio all'insegna dell'eccellenza che ha visto l'azienda, guidata da Primo Franco e sua figlia Silvia, tra gli sponsor della ventiquattresima edizione, che si è tenuta a inizio novembre all'Oval di Torino, il padiglione di vetro costruito per i

Giochi Olimpici Invernali nel complesso del Lingotto Fiere.

Nel corso di questo appuntamento, unico nel panorama culturale europeo, capace di attrarre gallerie, artisti, collezionisti e professionisti del settore da tutto il mondo, il Prosecco Superiore Docg Nino Franco è stato protagonista di una serie di occasioni di degustazione che hanno regalato agli ospiti della fiera un'evasione multisensoriale. Una ricerca di raffinatezza che univa come un “fil rouge” l'eleganza delle bollicine Nino Franco alla sperimentazione estetica dell'artista.

Quelli firmati Nino Franco sono stati gli unici spumanti protagonisti dell'evento. Due prestigiose etichette hanno riempito i calici di artisti, collezionisti, galleristi e appassionati giunti a Torino da ogni angolo del pianeta (sono oltre 50mila le presenze registrate dalla fiera nel 2016): Il Valdobbiadene Prosecco Superiore Docg “Vigneto della Riva di San Floriano 2016”, che ha accompagnato le creazioni del ristorante stellato ospitato all'interno della fiera, e il Valdobbiadene Prosecco Superiore Docg “Brut” che, con un packaging speciale dedicato ad Artissima, ha dato il benvenuto agli ospiti vip dell'appuntamento.

Quest'ultimo ha deliziato i visitatori di Artissima anche con un “brindisi itinerante” che ha raggiunto i diversi spazi espositivi dell'Oval. Un classico carretto dei gelati, trasformato in “buvette-bicicletta”, ha viaggiato infatti all'interno della fiera per allietare il palato di chi ha voluto concedersi la visione di un'opera sorvegliando un'eccellenza tipicamente italiana.

Nata nel 1919 a Valdobbiadene, nel cuore dell'area di produzione del Prosecco Superiore, la cantina Nino Franco, attraverso quattro generazioni, ha fatto della ricerca e dell'espressione della qualità un impegno con sé stessa e con i consumatori di tutto il mondo. L'amore per l'arte si traduce in un'azienda tutta da scoprire – tra opere e fotografie uniche – che ha affiancato alla produzione di vino il relais Villa Barberina, nato dal restauro di una settecentesca villa veneta in cui si è mantenuto intatto lo stile originale degli arredi e si sono conservate le testimonianze di un patrimonio culturale di dimensioni inestimabili. A conferma di come l'arte per Nino Franco non sia una filosofia

ma uno stile di vita, da condividere con chi ha fatto dell'arte la sua ragione d'essere, la sua professione o semplicemente la sua passione.

Foto: Primo Franco

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

## D.B. GROUP



Primo spedizioniere italiano ad aver aperto una filiale in Myanmar, il Paese indocinese con oltre 50 milioni di abitanti su una superficie doppia rispetto a quella italiana, D.B. Group S.p.A. di Biadene di Montebelluna ha inaugurato in questi mesi anche la propria filiale di Bangkok capitale della Thailandia e pure una nuova filiale in Cina, questa volta nella capitale, a Pechino.

Crescono il numero delle società estere della multinazionale che opera nelle spedizioni e nella logistica con sede a Montebelluna, e così anche i risultati delle attività che nel 2016 hanno raggiunto un fatturato consolidato di 163 milioni di euro, con un incremento del 3.5% sull'esercizio precedente. Tra il 2016 e il 2017 l'azienda ha costantemente ampliato il suo network nell'area del Sud Est asiatico, avendo aperto anche altri uffici, rispettivamente in Cambogia, Vietnam e Taiwan.

“Seguiamo i nostri clienti per dare servizi globali e relazioni di prossimità”, ha detto Vittorino De Bortoli, Presidente della società e azionista con il fratello Valter, “e tutta l'area Asean, in particolare in questi Paesi, sta registrando una significativa crescita e una progressiva industrializzazione. Con l'apertura della filiale di Bangkok, abbiamo ora completato il posizionamento dei nodi principali della nostra rete logistica in Indocina. Da anni presidiamo tutta l'area, dall'Oceano Indiano fino al Giap-

pone, in particolare l'India dove abbiamo ben sette filiali, e la Cina che, con la recente apertura nella capitale Pechino, conta oggi cinque sedi. Nel 2016 l'export Italia-Cina è aumentato del 16,9% per la crescente domanda di beni di consumo di lusso e arredamento, moda ed alimentari. Le aspettative indicano un trend in aumento anche sul 2020, un contesto quindi favorevole per i brand del Made in Italy”.

La filiale thailandese, con sede a Bangkok, si colloca in un contesto politico, economico e sociale oggi particolarmente favorevole allo sviluppo degli scambi commerciali in quanto la città è il secondo hub nell'Asia del Sudest per spedizioni aeree verso l'Europa e verso gli USA.

Nel 2016 il Pil thailandese è tornato a crescere, dopo la crisi politica registrata negli anni precedenti, e le previsioni segnano un trend in aumento anche per i prossimi anni. Dato ancor più significativo se collocato nel generale rallentamento dell'economia mondiale.

Ogni nuova sede è un punto di ingresso nel network globale di D.B. Group, cresciuto con l'obiettivo di garantire servizi di spedizione in export e in import, su tutti i mezzi di trasporto nave e aereo, rotaia e gomma e, anche, con capacità di magazzino doganale di oltre 100mila metri quadrati.

Foto: Vittorino De Bortoli

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

## BIRRIFICIO ANTONIANO



Dopo i numerosi riconoscimenti ottenuti nella prima fase di giudizio dell'International Beer Challenge, il Birrificio Antoniano porta a casa due nuove e prestigiose medaglie: la prima va a Birra Antoniana Pasubio, eletta la miglior lager fino ai 5 gradi di volume alcolico, la seconda va al birrificio, che si aggiudica il premio come birrificio europeo dell'anno.

Il concorso, con base a Londra, è ora-

mai conosciuto in tutto il mondo come simbolo di prestigio, qualità e impegno ed è, per i birrifici partecipanti, un'occasione stimolante, merito anche di una giuria qualificata composta da mastri birrai, degustatori, importatori, gestori di locali e giornalisti. Il titolo di Birrificio Europeo dell'Anno 2017 riempie di soddisfazione il birrificio agricolo padovano premiando il percorso di qualità e ricerca che il team persegue ogni giorno. In un panorama birrario sempre più fitto e competitivo, riconoscimenti di questa portata accreditano ancora una volta a livello nazionale e internazionale la qualità delle specialità targate Birra Antoniana, che si stanno facendo apprezzare anche all'estero, dal Giappone agli Stati Uniti.

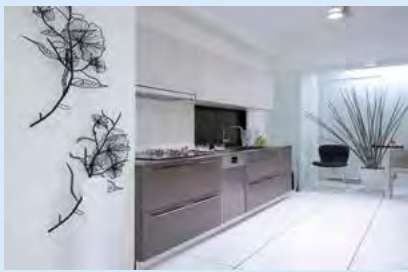
Ed è proprio al mercato statunitense che il birrificio guarda con particolare interesse nella seconda metà del 2017. Dopo una partenza incoraggiante e gli appuntamenti che in estate hanno visto Birra Antoniana a Manhattan impegnata in eventi rivolti alla stampa, agli addetti al settore e ai consumers, l'obiettivo entro Natale è la presenza del brand in 100 locali della Grande Mela. Ma contemporaneamente, lo sguardo si allarga e altre importanti metropoli della East Coast saranno coinvolte in un piano che si propone di coniugare al meglio visibilità e incisività dell'azione commerciale.

“Il made in Italy ha una lunga e orgogliosa storia” – spiegano Sandro e Michele Vecchiato, fondatori e direttori generali di Birra Antoniana. “In linea con le nostre radici italiane, volevamo creare una birra che rappresentasse il meglio dell'agribusiness del nostro Paese e comunicasse la cultura e i valori italiani al resto del mondo. Siamo incredibilmente entusiasti di portare l'arte della birra italiana e il terroir padovano al pubblico americano” concludono i due fondatori impegnati in un ricco programma di fiere internazionali da Mosca a Las Vegas, da Colonia a Hong Kong per concludersi in novembre a Shanghai.

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

## EUROMOBIL

Se c'è un Paese in cui gli arredi e le collezioni di Gruppo Euromobil di Falzè di Piave sono presenti in maniera molto diffusa, questo è il Giappone. Grazie alla dedizione e competenza dello storico partner locale F.S.I. Japan, Gruppo Eu-



nale di chi vi abita. Spazi arredati con un unico fil rouge: forme, finiture e materiali trasversali e integrabili tra loro, a testimoniare eleganza e raffinatezza, nel rispetto della funzionalità e del massimo comfort.

Il Gruppo Euromobil anche quest'anno è stato scelto come partner del Gruppo Romani, una delle imprese italiane più importanti nel settore della ceramica d'arredo, presente a Cersaie 2017, la manifestazione dedicata alla ceramica per l'architettura e l'arredo bagno, che si è svolta a Bologna a settembre.

In particolare, il Gruppo Romani di Casalgrande (Reggio Emilia) si è affidato alla raffinatezza e l'originalità di Désirée divani per accostare ai pregiati disegni e tessuti dei suoi arredi, la nuova collezione di CIR Ceramiche – brand del Gruppo che da 50 anni si distingue per la voglia di creare e sperimentare linguaggi ceramici sempre originali, ampliando così ogni giorno la vasta offerta.

Per l'allestimento dello stand fieristico, della collezione Désirée divani sono state selezionate le poltrone One Flo in rivestimento Shabby 36b rosso, dalle linee sinuose ed esclusive ispirate al mondo floreale che richiamano la forma di petali avvolgenti e morbidi, dalla base costituita da esili steli in metallo verniciato opaco antracite o cromato lucido. Esposta allo stand anche la poltrona Soor con rivestimento ocra, un arredo elegante e regale che crea un gradevole dialogo tra la curvatura di seduta e schienale con le linee decise a croce della base. Spazio anche per il tavolino servo Dabliu-In laccato in cashmere, una presenza scultorea nello spazio che cambia aspetto a seconda del punto di osservazione pur mantenendo la sua forte presenza architettonica.

Il Gruppo Euromobil è stato anche sponsor della mostra Alberto Biasi, Sara Campesan, Bruno Munari e altri amici di Verifica 8+1, dal 28 luglio scorso all'8 ottobre, presso l'Istituzione Fondazione Bevilacqua La Masa, in Galleria San Marco a Venezia. Il progetto espositivo, curato da Giovanni Granzotto, espone opere di artisti che hanno avuto Mestre, come centro della loro produzione e che sono sempre rimasti legati al territorio portando la loro arte in circuiti nazionali e internazionali.

Gruppo Euromobil non è nuovo a questo tipo di iniziative, è dagli inizi degli anni '80 infatti che i fratelli Lucchetta,

oltre che come imprenditori, sono conosciuti nel mondo dell'arte internazionale per la grande capacità di affiancare impresa e cultura, attraverso un'interrotta opera di mecenatismo che ha dato sostegno a oltre 500 mostre nei musei più famosi di tutto il mondo.

Con la sponsorizzazione di questo evento collaterale della 57esima Esposizione Internazionale d'Arte – La Biennale di Venezia, Gruppo Euromobil dimostra ancora una volta come il mondo dell'arte si possa affiancare a quello dell'industria, due dimensioni che condividono la stessa dedizione e passione, quella che ogni giorno guida il lavoro di creare arredi di design come opere d'arte.

*Foto: Sara Campesan,*

*Immagine Circolare, 1965, Tela dipinta, legno e perspex, 77 x 110 cm,*

*Courtesy Antigallery*

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

## LA CANTINA PIZZOLATO

Il futuro ha radici bio. È questa la filosofia della Cantina Pizzolato S.r.l. di Villorba, che al Sana 2017 si è presentata con uno spazio espositivo che racconterà l'anima biologica dell'azienda, proponendo in degustazione la propria produzione, che vanta per la sua totalità la certificazione biologica e vegana, e che ad oggi vanta alcune peculiarità che rendono i suoi vini 100% green.

Dal Malanotte "Il Barbarossa" al Raboso Piave DOC, dal Manzoni Bianco, passando per i vini passiti e i distillati. Diverse sono anche le tipologie di Prosecco bio che la Cantina Pizzolato produce: "Tutto il settore del bio ha trovato ampio spazio in questa fiera che ormai facciamo da anni: un palcoscenico che permette a tutte le aziende biologiche di focalizzare e raccontare la nostra filosofia che per quanto ci riguarda è completamente biologica dal 1991. Quest'anno le novità sono tante: non solo il vino è prodotto di attenzione verso l'ambiente ma anche l'intero packaging che lo circonda, passando dal vetro leggero e riciclabile alle etichette in cellulosa vegetale", ha affermato Settimo Pizzolato, titolare della cantina.

Durante la manifestazione, la Cantina Pizzolato ha offerto in degustazione anche i distillati bio per far scoprire il mondo dei BioCocktails con il progetto ormai consolidato della Biorevolution. "Sappiamo che non basta il vino per

romobil può contare su una presenza molto capillare e organizzata sull'intero territorio. Attraverso tre punti vendita localizzati nelle principali città giapponesi: a Tokyo, nel centralissimo quartiere di Shibuya, ad Osaka e infine a Nagoya. Una collaborazione di prestigio che ha come punto di forza la ventennale esperienza del rivenditore giapponese nel proporre, spiegare e promuovere al meglio il design elegante e distintivo firmato Gruppo Euromobil con i suoi brand Euromobil cucine, Zalf mobili e Désirée divani.

Italia e Giappone sono due Paesi lontani, ma uniti dalla passione per il design essenziale e dalla cultura dell'arredo; un perfetto connubio che lega F.S.I. Japan alla filosofia di Gruppo Euromobil nella ricerca continua verso l'innovazione, la qualità dei prodotti e il design 100% Made in Italy. Sempre e costantemente aggiornati, i tre punti vendita giapponesi ospitano nei loro showroom le soluzioni e le novità dei tre marchi di Gruppo Euromobil con le cucine e le aree living, Zalf con gli arredi per zona giorno, notte, camerette per bambini e ragazzi e ufficio, infine Désirée con divani, poltrone, letti, complementi e tappeti.

Anche in Giappone viene presentato e valorizzato il concetto di Total Home Design: la casa assume un linguaggio coordinato, dove i singoli ambienti si uniscono in modo armonico e coerente, rispecchiando esigenze e gusto perso-

rifornire un bar completamente biologico – ha spiegato Sabrina Rodelli, responsabile commerciale de La Cantina Pizzolato – per questo da 4 anni siamo importatori ma anche produttori di distillati, liquori, bitter certificati di filiera biologica i quali miscelati con i nostri vini e la creatività del barman, offrono finalmente al consumatore una vasta gamma di Bio Drinks, un mondo ancora poco esplorato nel biologico”.

Un progetto che arricchisce la BioRevolution, che la Cantina Pizzolato ha sempre dedicato al mondo giovanile, prima portando tre vini nuovi a bassa gradazione alcolica in tutta Italia e ora offrendo ai locali e ai bar biologici un ricettario di miscelati bio che rivoluzionerà la lista dei cocktail. Il logo BioRevolution aggiunge un nuovo nome Organic Drink&Mix e diventa il marchio di riconoscimento dei locali che aderiranno al progetto. Desiderio di guardare al domani dunque, con spirito di solidarietà: il disegno di Settimo Pizzolato si spinge infatti anche ad una maggiore economicità dei prodotti finiti e all'accessibilità per tutti i portafogli, con lo scopo di non escludere nessuno dall'occasione di gustare un prodotto naturale al 100%.

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

## ACAMEDY



Acamedy S.r.l. di Preganziol ha sviluppato per KTB Lab, un progetto per la digitalizzazione delle celebrità sportive. In un mercato in cui si evidenzia la necessità di massimizzare il ritorno dell'investimento effettuato su attività di sponsorizzazione, molte aziende lamentano la difficoltà nel trasmettere i valori del proprio marchio, attraverso società sportive e testimonials sportivi. L'obiettivo principale della piattaforma CMPlatform è la

digitalizzazione dell'atleta e della società sportiva al fine di far interagire, attraverso backend multilevel e multiclient, sia lo sponsor che la società sportiva, con i contatti fan e followers dell'atleta, in modo diretto, controllato ed efficace.

CMPlatform è integrata direttamente ai social network dell'atleta ed a una propria app. IOS e Android personalizzata, al fine di far convogliare in modo coordinato e coerente informazioni sull'atleta e sponsor direttamente sui propri followers e contatti.

Acamedy è una società di consulenza che ha l'obiettivo di accelerare i progetti di business dei propri clienti, attraverso un'organizzazione olistica di laboratori di marketing, sviluppo digitale. La consulenza si focalizza su realtà aziendali con progetti di crescita rallentati da mancanza di competenze specifiche o per difficoltà organizzative, fornendo al cliente progetti con risultati concreti.

Far crescere il business delle aziende sviluppando il brand, il prodotto e le persone, sono i cardini del successo di un'attività imprenditoriale e sono la mission di Acamedy, formata da un team di consulenti che affianca l'azienda nei processi di sviluppo a 360 gradi. Il network di laboratori e professionisti in Italia, Europa e Asia consentono un coordinamento delle attività in ambito internazionale.

Foto: Elisa Menuzzo

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

## ASOLMEC



“Non sopprimere un'idea, trasformiamola!” Tale frase accoglie ogni persona che varca la porta d'entrata dell'azienda. “Vogliamo che ognuno si senta rassicurato dal fatto che ogni idea può esser possibile se viene sviluppata e valutata tutti assieme, nessun pensiero deve essere scartato.” Queste sono le parole di Simone e Katia Colla, titolari di Asolmec.

Azienda energica e dinamica, composta

da una ventina di dipendenti, nasce 38 anni fa come terzista per settore fresatura, tornitura e automazioni di nicchia (calzatura sportiva) e negli anni successivi si è specializzata sempre più in automazioni industriali a 360° dall'alto contenuto tecnologico e caratterizzate da un'alta affidabilità.

Oggi, Asolmec ha vissuto un cambio generazionale che ha progredito con successo, con il passaggio del testimone tra uno dei fondatori Danilo Colla ed i figli Katia e Simone Colla.

La dedizione e la costante applicazione di soluzioni ogni volta diverse, mirate a soddisfare le più svariate esigenze dei clienti in diversi settori, ha reso Asolmec un partner esperto, sicuro e affidabile, per chi cerca soluzioni tecnologicamente avanzate nell'automazione industriale. “Il nostro obiettivo è quello di perfezionarci sempre più e di stare al passo con il progresso; cerchiamo sempre di sorprendere i nostri clienti e di non deluderli mai”, dice Simone Colla.

La specializzazione in soluzioni su misura in base alle esigenze del cliente ha reso l'azienda estremamente innovativa e flessibile, sia dal punto di vista progettuale che da quello produttivo, esperta anche nel proporre soluzioni in ogni campo industriale.

La forza di Asolmec, deriva dal suo know-how, maturato in anni e anni di esperienza e dalla capacità di avere tutti i processi di sviluppo e realizzazione interni, dalla progettazione alla lavorazione meccanica di precisione, dall'assemblaggio, all'integrazione di robot. L'azienda si distingue nel mercato anche per la prontezza di reazione e la rapidità di risposta, valori sempre più ricercati.

Proprio grazie a questi valori l'azienda può vantare di essere fornitore di ZF TRW, una delle più importanti aziende operanti nel settore delle automotive. In particolare Asolmec supporta ZF con la costruzione di stazioni automatiche a saldatura con ultrasuoni, i quali sono mirati a ridurre notevolmente i cicli di produzione.

L'azienda si propone quindi come partner qualificato e affidabile per tutto il mondo industriale manifatturiero, che abbia esigenze di automatizzare qualsiasi fase di assemblaggio, con particolare attenzione ai mercati del calzaturiero sportivo, del farmaceutico, dell'alimentare, nonché dell'automotive.

Asolmec invita tutti i suoi potenziali clienti ad entrare insieme nella quarta rivoluzione industriale, macchine “industria 4.0 ready” e soluzioni IoT sono già disponibili, assieme ad una completa ed esperta consulenza. Quindi, ancora una volta, “non sopprimere un’idea, trasformiamola!”

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

## ISOPLAM



Nel 2019 Isoplam, azienda leader in Italia nella realizzazione di pavimenti in cemento e superfici decorative, festeggerà i 40 anni di attività. Un traguardo che sarà preparato e accompagnato da un rafforzamento della presenza in Italia e all'estero, già nel corso del 2018. L'azienda, con un fatturato in costante crescita e che vede sempre più importante la percentuale dell'export, ha deciso di investire nell'acquisto di un nuovo fabbricato di oltre 2000 m2, che ospiterà uffici e magazzino, e di un nuovo showroom di oltre 500 m2 vantando così una superficie totale di 6000 m2. Spazi pensati per gestire al meglio un ulteriore aumento e rafforzamento della produzione, garantendo al tempo stesso i consueti, alti standard qualitativi nel servizio – in termini di cura del cliente, velocità e rispetto dei tempi di consegna. Il nuovo magazzino disporrà infatti di oltre 3.000 articoli per professionisti, confermando la capacità dell'azienda di assecondare le esigenze di progettisti e designer di interni, con un occhio di riguardo per le tendenze e gli stili contemporanei. Il progetto, già in atto, prevede 12 mesi di lavoro e si concluderà nel marzo del 2018, permettendo ad Isoplam di avere un magazzino di prodotti finiti sempre pronto: personalizzazione e reattività sono le due parole chiave che distinguono l'attività imprenditoriale dell'azienda di Maser. Sono anche i punti di forza di una strategia di ampliamento delle aree di business ai mercati dell'Estremo Oriente:

l'imminente apertura di 3 nuovi showroom in Cina è solo il primo tassello di una presenza che si allargherà anche a Giappone e India. La soddisfazione di portare in questi Paesi prodotti e know how completamente made in Italy andrà di pari passo con un forte aumento del fatturato nel medio periodo: è previsto infatti un suo raddoppio nei prossimi 5 anni. Pronta a festeggiare 40 di eccellenza, Isoplam sta già lavorando per i prossimi traguardi.

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

## ATON

Aton S.p.A. di Villorba, che fornisce servizi e progetti chiavi in mano di informatica mobile e distribuita per aumentare la competitività delle aziende, è stata scelta da Viridea, catena di garden center interamente dedicati a giardino, casa, animali, per la gestione delle attività di riordino, inventario, movimentazione merci, controllo prezzi e stampa etichette all'interno dei propri punti vendita.

La nuova applicazione sfrutta le potenzialità e prestazioni (in termini di velocità e memoria) dei device di nuova generazione Android di Honeywell che rendono possibile la gestione di una notevole mole di dati e lo sviluppo di funzionalità non supportate da sistemi operativi di vecchia generazione.

È integrata con l'ERP Microsoft Navision e prevede la gestione di tutte le promozioni lanciate giornalmente consentendo all'operatore di guidare il consumatore nella scelta dei prodotti più convenienti. Si adatta al contesto Viridea grazie allo sviluppo di funzionalità specifiche per il suo settore, ad esempio la gestione delle operazioni legate alla vendita di animali vivi.

I benefici attesi sono: migliore servizio al cliente, grazie ad operazioni più veloci su dispositivi moderni con interfaccia d'uso intuitiva e un ricco ecosistema applicativo offerto dalla piattaforma Android; minori costi e tempi di esecuzione delle attività sul punto vendita; minori costi di gestione dei 130 dispositivi in dotazione al personale di negozio. I retailer come Viridea possono inoltre contare su un servizio “end-to-end” di supporto continuo ai punti vendita erogato dal Service Desk Retail Aton.

Aton è già attiva nelle applicazioni per il retail management, che ha sperimentato nella Gdo in realtà come Unicomm

e Gruppo Poli. Due gli obiettivi: per l'operatore di negozio è fondamentale gestire direttamente davanti allo scaffale le attività tipiche del punto vendita: in questo modo infatti ha in palmo di mano tutti i dati presenti nei sistemi di sede e può contare su una maggiore continuità delle operazioni in corsia, senza doversi recare continuamente al sistema di back office. Per la sede è strategico disporre di una web console per il governo della massa critica dei dati provenienti dai punti vendita (ordini, inventario, ricevimento merci, ecc) e per la gestione e configurazione di tutti i device da remoto.

La missione del Gruppo Aton è sfruttare l'innovazione tecnologica per migliorare l'organizzazione delle imprese italiane e delle grandi multinazionali con soluzioni all'avanguardia per le reti vendita, le catene di negozi, la supply chain, la gestione degli asset e il workforce management. Con un fatturato 2016 di 14 milioni di euro e 130 persone, Aton è una struttura in costante crescita che opera in tutto il mondo facendo leva su un team R&D di eccellenza e su collaudate competenze nel Mobile, nel Cloud, nell'Internet of Things, nell'RFID.

[www.aton.eu](http://www.aton.eu)

## NUOVA MENON



Nuova Menon S.r.l., la storica azienda metalmeccanica di Monastier di Treviso, specializzata nello stampaggio a caldo dei metalli non ferrosi e nelle lavorazioni meccaniche di ripresa, ha investito anche nell'anno in corso in tecnologia ed impiantistica. In particolare, ha acquisito una nuova isola di sbavatura ed ha installato in produzione un impianto robotizzato ex novo, per incrementare la propria capacità produttiva e rispondere alla richiesta crescente dei clienti, ai quali Nuova Menon fornisce soprattutto semilavorati per caldaie, raccorderie, valvolame, rubinetteria, per lo più in ottone.

A inizio 2017 è entrata appunto in funzione la nuova isola di sbavatura, un macchinario automatizzato per l'eliminazione delle bave dai pezzi lavorati, che è stato progettato e realizzato sulle specifiche dell'azienda. L'isola non solo ha migliorato la precisione e la qualità in generale (un software ha sostituito una precedente consolle comandata manualmente) e ridotto i tempi di lavorazione del pezzo finito, ma ha anche incentivato le attività interne di ricerca e sviluppo. "Attraverso i corsi di formazione e la sperimentazione diretta sul campo - spiega Davide Basso, Amministratore Delegato di Nuova Menon - i tecnici addetti alla programmazione hanno accresciuto il proprio know-how. Conoscenze che si sono poi dimostrate spendibili anche su altre macchine, già in funzione nella nostra azienda, che sempre più ragiona in ottica di fabbrica 4.0. Inoltre, contrariamente a quanto si potrebbe immaginare, la macchina non ha ridotto la presenza di operatori in produzione, bensì ha creato l'opportunità per due nuove figure, alleviando un lavoro che in precedenza era pesante e ripetitivo"

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

## ABACO

**ABACO** S.p.A.  
SERVIZI PER GLI ENTI LOCALI

Abaco S.p.A. da oltre 40 anni opera nei servizi a supporto degli Enti pubblici, in particolare accertamento e riscossione dei tributi locali, continua a crescere in modo significativo in tutta Italia. Alcuni degli ultimi affidamenti riguardano i Comuni di Bergamo, Novara, Pavia, Sassari, Sesto San Giovanni, Moncalieri e Civitavecchia. Inoltre, ad agosto 2017 Abaco ha rilevato la gestione dei parcheggi in una decina di Comuni italiani, nell'ambito della procedura di cessione del ramo d'azienda Aipa Spa-Mazal, in regime di amministrazione straordinaria. I nuovi clienti acquisiti da Abaco sono in Lombardia, Liguria, Abruzzo, Molise; fra essi figurano anche l'Ospedale di Imperia ed alcuni Comuni quali Sondrio, Morbegno, Chiavenna e Vasto.

Le nuove acquisizioni vanno ad aggiungersi al già ampio portafoglio clienti di Abaco, con sede legale a Padova ed amministrativa a Montebelluna, che comprende oltre 600 fra Comuni ed Enti locali, molti dei quali capoluogo di provincia, distribuiti sul territorio nazionale, da Bressanone a Brindisi.

"La nostra forza - spiega il fondatore di Abaco, Gianni Gallo - deriva dalla disponibilità e vicinanza a clienti ed utenti, unite alla capacità di trovare valide soluzioni, sempre intraprendendo la via dell'innovazione e del miglioramento continuo, attraverso un impegno costante. Il nostro atteggiamento si uniforma ai valori di serietà, onestà, trasparenza". Fornita di tutte le principali certificazioni aziendali, comprese la licenza di recupero crediti, il modello organizzativo in base al Decreto legislativo 231/2001, il rating di legalità e quello finanziario, Abaco ad oggi impiega circa 350 dipendenti, dislocati nelle due sedi di Padova e Montebelluna e nelle oltre 80 unità locali sul territorio nazionale, concentrate soprattutto nelle regioni del Nord Italia, Toscana, Marche, Puglia e Sardegna, che corrispondono alle aree maggiormente servite dall'azienda.



Dal 1930, uomini che lavorano.

# VENDESI & AFFITTASI

## UFFICI IN LOCAZIONE



### Centro Leonardo - Treviso fronte S.R. 53 "Postumia Castellana"

#### Ottima visibilità

- Prestigioso complesso immobiliare a 10 minuti dal centro di Treviso.
- Facilmente raggiungibile, fronte uscita tangenziale dir. Vicenza.
- Superfici a partire da mq 40 ca. a mq 3.500 ca, complete d'impianti.
- Area servita da mezzi pubblici.
- Unità personalizzabili nelle finiture.
- 600 posti auto riservati, di cui 300 coperti e videosorvegliati.
- Convenzioni per sale riunioni, servizio ristorazione, BHR Treviso Hotel, c.e. unità tipo "C", lpe 21,10 kW/m<sup>2</sup> a.

## REALIZZIAMO LA TUA SEDE



### Paese - fronte S.R. 348 "Feltrina", a solo 1 Km dalla futura tangenziale Est di TV

Il "Parco Tecnologico San Giorgio", comprende un terreno ad uso produttivo di dimensioni complessive pari a 19.300 mq ca.

La sua posizione risulta strategica, a soli 7 Km da Treviso e a 15 Km dal casello di Treviso Nord della A27 (VE-BL) e a pochi chilometri dagli accessi alla "Pedemontana Veneta" e della "Tangenziale Est di Treviso" di prossima realizzazione.

Il progetto è concessionato per la realizzazione di 10.800 mq ca. di sup. coperta con h 7,50 m ca.

c.e. unità tipo di progetto "C", lpe 10,70

Info: Ufficio Commerciale  
**0422.299311** [info@lefirm.it](mailto:info@lefirm.it) • [www.lefirm.it](http://www.lefirm.it)

**Lefim**  
Promotion Real Estate Development

Da sempre, in special modo negli ultimi anni, Abaco investe molto nello sviluppo di applicazioni software ed App, finalizzate sia al miglioramento delle procedure interne di gestione, ma soprattutto a rendere i servizi – a disposizione dei cittadini e dei funzionari degli Enti locali – più semplici, trasparenti e funzionali. Ad esempio, il Portale del Contribuente è uno spazio online attraverso il quale l'utente può accedere in sicurezza alla propria posizione e compiere direttamente, con semplici comandi, la maggioranza di adempimenti a suo carico, risparmiando il tempo che avrebbe dovuto invece impiegare per recarsi agli sportelli. A fianco ai cosiddetti servizi "tradizionali" (come la gestione dell'Imposta di Pubblicità e Pubbliche affissioni, Ici/Imu, Tarsu/Tia/Tari, le attività di riscossione coattiva ed il recupero crediti), il nuovo fronte sul quale l'azienda è impegnata negli ultimi anni si chiama "Smart City", ovvero il tentativo di costruire "città intelligenti", dove la tecnologia è al servizio del cittadino, facilitando e semplificandone la vita quotidiana, grazie a politiche avvedute su mobilità e viabilità, a partire dalla gestione dei parcheggi a pagamento.

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

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

## THRON



Thron è un software cloud per la gestione intelligente dei contenuti aziendali. Dal 2016 Forrester Research, società di ricerca che studia l'IT come fattore di crescita aziendale, ha selezionato Thron tra le 20 migliori soluzioni di Digital Asset Management globali,

unica italiana, grazie alla spiccata propensione all'analisi e all'elaborazione dei dati attraverso l'ausilio di tecnologie di intelligenza artificiale. Thron ha lanciato, per prima al mondo, una nuova disciplina, chiamata Content Intelligence. Si tratta dell'analisi sulla fruizione dei contenuti grazie al supporto dell'intelligenza artificiale, che permette alle aziende di raccogliere dati strategici per migliorare l'efficienza dei processi interni e aumentare i tassi di conversione delle vendite. "A differenza dei tradizionali DAM (Digital Asset Management), crediamo che non basti concentrarsi sui processi di creazione di un buon contenuto – commenta Nicola Meneghello, Ceo dell'azienda – ma serva soprattutto ricavarne dati strategici: ogni persona racconta moltissimo di sé attraverso i contenuti fruiti online e grazie alla Content Intelligence e a Thron il team di marketing riesce a comprendere gli interessi di ogni persona, mantenendo costantemente aggiornati i dati del CRM e della Marketing Automation". Grazie a questo approccio, la produzione del contenuto continua a migliorarsi, rende gli utenti sempre più soddisfatti dall'esperienza di acquisto e l'azienda raccoglie dati strategici per diventare sempre più "cliente centrica". Oltre al prodotto, Thron sta costruendo un ecosistema internazionale di partner per aiutare i clienti nell'adozione della Content Intelligence e del suo DAM Intelligente. "Stiamo proseguendo nella costruzione dell'ecosistema internazionale, impegnandoci a fare un adeguato ma rapido on-boarding a tutti i nostri partner, affinché da subito possano mettere i propri servizi a valore aggiunto a disposizione dei clienti e certificarsi Content Intelligence Compliance". Thron opera attivamente in tutta Europa con grandi realtà come Kpmg, Ey, Akqa, Tmw Unlimited, Sopra Steria, Oracle fino a più piccole realtà come Vidiemme Consulting e il Gruppo H-En, mirando a far crescere il network dei partner oltre che la community dei Content Intelligence managers.

"Strumenti come Thron rappresentano un deciso salto in avanti per permettere la costruzione e razionalizzazione della Customer Digital Platform dentro le aziende" – spiega Luca Valsecchi, Ceo di Vidiemme. Thron è un'azienda con più di dieci anni di esperienza nel settore Software-as-a-Service, con sedi a Pado-

va, Milano, Londra e Shanghai, 60 professionisti e un fatturato di 5 milioni di euro. La sua piattaforma, il DAM Intelligente, è uno strumento cruciale per marketing e vendite e oggi è adottata da aziende del calibro di Lastminute, Whirlpool, Valentino, Carrefour, Maserati, Campagnolo, Furla, che con Thron mirano a rendere sempre più efficace la costruzione della relazione tra il proprio brand e le persone. Thron è sviluppato nell'headquarters di Piazzola sul Brenta, in aderenza alle radici dell'azienda ma anche ai valori del made in Italy che ispira il mondo nella moda, nel cibo e ora, grazie anche a realtà come Thron, nel settore dell'Enterprise Software.

Foto: Nicola Meneghello

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

## GC&P

Internazionalizzazione è la parola d'ordine per le imprese che vogliono crescere. Continua su questo fronte l'impegno di Gianesin, Canepari & Partners S.r.l. (GC&P) di Asolo ad affiancare le aziende che vogliono sviluppare il proprio business all'estero. Tecnologia è la chiave di volta per portare all'estero il made in Italy e il made in Veneto.

Da qui nasce la collaborazione tra GC&P e Techpilot, il mercato online leader in Europa nel settore dei componenti a disegno. Con oltre 12.000 buyer, Techpilot offre alle imprese italiane la possibilità di comprare e vendere le proprie lavorazioni di parti in metallo e plastica personalizzate nei Paesi stranieri, in particolare in quelli del Nord Europa. Digitale è il segreto per le aziende che vogliono, non solo essere competitive ma distintive e al passo con l'innovazione. Questo è l'obiettivo di H-Farm, la piattaforma d'innovazione leader in Italia nella creazione di nuovi modelli d'impresa, focalizzata nel supportare le aziende italiane nell'implementazione di processi digitali.

Proprio nel contesto di H-Farm, lo scorso 22 giugno è stata ufficializzata la collaborazione tra GC&P e Techpilot con un evento dedicato al settore della subfornitura. La piattaforma di Techpilot mette in contatto le imprese, che possono così individuare, in base al proprio profilo, le richieste di offerta migliori. Questo permette di ridurre i tempi di ricerca del fornitore, abbassare i costi di lead generation, aumentare la

qualità dell'offerta, migliorando la propria competitività.

L'utilizzo di questo strumento digitale richiede il giusto supporto: è qui che entra in gioco GC&P. Grazie a esperienza e competenze gli esperti di internazionalizzazione e sviluppo del business supportano le imprese sia a livello strategico, che operativo. Aiutano le aziende a scegliere il mercato con più opportunità e a definire le strategie di ingresso. Offrono inoltre un servizio di back office commerciale estero per l'acquisizione e l'assistenza di nuovi clienti, proponendo e utilizzando gli strumenti più adatti. GC&P consiglia Techpilot alle imprese della subfornitura: si occupa di tutte le fasi per poter sfruttare al meglio questo strumento. Il primo passo è la definizione del profilo aziendale; un profilo curato permette di ricevere un maggior numero di richieste mirate. Allo stesso tempo si procede con la predisposizione e traduzione di tutto il materiale informativo e documentale dei servizi e dei prodotti dell'azienda. Il servizio include il monitoraggio qualificato delle offerte e delle opportunità, attraverso azioni di ricerca e follow up, e l'assistenza per e post vendita. Il supporto di GC&P comprende tutte le fasi del processo di vendita e branding, compresa la gestione di appuntamenti, incontri e relazioni con clienti esteri. La combinazione tra la piattaforma digitale di Techpilot e il supporto strategico e operativo di GC&P permette alle Pmi di vendere all'estero a pari di realtà più grandi e strutturate.

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

## DERSUT



Dersut Caffè S.p.A. di Conegliano, storica torrefazione attiva sin dal 1949, ha partecipato alla 40ª edizione di Host-Milano, una delle manifestazioni più importanti al mondo per le filiere Ho.Re.Ca., foodservice, retail, GDO e hôtellerie.

Durante la manifestazione, alla quale

sono intervenute più di 1.800 aziende, è stato possibile scoprire tutti i punti di forza e i valori di Dersut Caffè: dalla qualità delle materie prime alle tecniche di produzione, senza dimenticare i progetti dedicati alle caffetterie. Ogni mattina si è potuto partecipare ai tutorial sulla preparazione dei Capricci di Caffè Dersut, mentre nel pomeriggio nello stand si è tenuto un corso di caffetteria e latte art, dedicato non solo alle tecniche di preparazione, ma anche di decorazione. Il 21 ottobre lo stand Dersut ha ospitato la semifinale internazionale di Espresso Italiano Champion 2017, la gara tra baristi professionisti e qualificati organizzata annualmente da INEI (Istituto Nazionale Espresso Italiano). L'azienda aveva precedentemente ospitato le semifinali italiane a Conegliano, in centro città, il 7 maggio, dove i partecipanti si erano confrontati nella taratura dell'attrezzatura e nella preparazione di quattro espressi e quattro cappuccini in soli 11 minuti, tempo a loro disposizione per disputare la gara, il tutto sotto gli occhi dei giudici tecnici e valutati poi da una giuria sensoriale.

A settembre Dersut ha lanciato il suo shop online di e-commerce, che permette di acquistare i prodotti Dersut comodamente ovunque ci si trovi, con smartphone, tablet o pc, oltre che nelle più di 135 caffetterie monomarca. Il negozio virtuale serve l'Italia e gran parte dell'Europa, con un'offerta di vendita che include caffè (macinato, in grani, in capsule e in cialda) e molti prodotti complementari di prima qualità, come tè e cioccolato, idee regalo e accessori. L'e-commerce è visitabile all'indirizzo <https://shop.dersut.it>.

L'azienda, sempre attenta ai progetti etico-sociali della sua città, ha anche offerto un prezioso contributo all'apertura, avvenuta il 5 giugno scorso, di un bar solidale presso l'istituzione locale di pubblica assistenza e beneficenza, Casa Fenzi, presente sul territorio coneglianese dal 1872. Il bar solidale, realizzato grazie alla preziosa sinergia creatasi tra il Comune di Conegliano, l'Informagiovani e alcune aziende locali, tra cui la Service Vending e Dersut, vuole essere un'occasione di convivialità, per ospitare anche eventi culturali e valorizzare eccellenze locali e dà opportunità di lavoro a giovani in cerca di occupazione, segnalati dall'Informagiovani

di Conegliano. Presso il bar solidale di Casa Fenzi si può assaggiare, oltre alle tradizionali miscele, l'ultimissima novità aziendale: il caffè Bio di Dersut, una miscela 100% arabica, certificata 100% biologica, sia nella materia prima che nel processo di produzione. È disponibile anche nello shop di e-commerce dell'azienda. Nuovo, importante appuntamento a fine anno per Dersut con la partecipazione alla Mostra Internazionale del Gelato Artigianale di Longarone (MIG) a inizio dicembre. Al Museo del Caffè Dersut è stato dedicato a settembre un approfondimento nel programma televisivo di Rete 4 *Ricette all'italiana*, condotto da Davide Mengacci, in una puntata sul tessuto industriale, enogastronomico e culturale di Conegliano.

## CASTEL MONTE



I Valori dello stile - La qualità delle persone che si occupano di persone. È stato il titolo ambizioso del primo open day di Castel Monte, impresa sociale di Montebelluna che occupa oltre trecentotrenta persone, in maggioranza donne; "qualità totale" giorno per giorno, al servizio della collettività e della propria rete di stakeholders. A Villa Emo di Fanzolo di Vedelago, sede dell'evento, si è partiti dalla convinzione che per un'impresa sociale di persone, che si occupa di accudimento e assistenza ad altre persone - molte con seri problemi sanitari, di disabilità o impedimento che li rendono incapaci di provvedere a se stesse da sole - richieda un insieme di professionalità, umanità, passione e amore per il prossimo che definisce uno

stile ricco di valori. Sapendo, come ha scritto Denis Diderot, che “il bene che si deve fare va fatto bene”.

“Da oltre venticinque anni – ha detto il Presidente di Castel Monte, Giuseppe Possagnolo – trecentosessantacinque giorni all’anno ci occupiamo di rispondere ai bisogni di famiglie, bambini, anziani, disabili, ammalati, delle necessità di migliaia di persone. Come abbiamo detto e dimostrato la nostra qualità totale è fatta dalla professionalità specifica, dalla dedizione e passione (valori e stili) sia verso le persone che il lavoro, che è lo strumento con il quale garantiamo la possibilità di godere dei diritti di cittadinanza di tutte le persone”.

Il lavoro è il punto di partenza della missione sociale di Castel Monte, lavoro come strumento cardine per dare aiuto nella sanità, nel sociale, nella disabilità, e nell’educazione; e lavoro come base per i progetti di inclusione sociale di chi ha problemi di disabilità e diversità sociale. L’open day ha permesso di conoscere le varie attività e iniziative della cooperativa. Si è partiti con il convegno sul soccorso nel territorio trevigiano che ha evidenziato la moderna flotta di ambulanze, auto medica e professionisti della sanità offerti da Castel Monte, che opera nell’Ussl 2 Marca Trevigiana, in collegamento con il Suem, come pure nel privato, intervenendo alle principali manifestazioni (tra queste, l’Adunata degli Alpini 2017, l’Home festival e la Mostra del Cinema di Venezia).

Castel Monte opera con il servizio ambulanze anche al porto di Marghera e al Porto Commerciale, Molo B. Ha partecipato per il secondo anno consecutivo a “Italia loves Sicurezza 2017”, inclusa nella giornata mondiale sulla sicurezza dell’Organizzazione Mondiale del Lavoro dell’Onu. Ma ambulanze e strutture sanitarie sono anche riferimento di sanità preventiva, con i controlli gratuiti di glicemia e pressione arteriosa insieme a consigli salutistici e dietetici. È seguito il racconto dell’impegno sulla mobilità agevolata della ciclofactory, con le biciclette studiate e realizzate per aiutare chi ha difficoltà di deambulazione.

Un percorso speciale ed originale ha accompagnato gli ospiti lungo i diversi progetti innovativi di Castel Monte: il Progetto Welfare di accudimento attraverso una rete estesa nell’assistenza domiciliare, in collaborazione sia con le Amministrazioni Pubbliche che con

i cittadini; il Progetto Borgo Gatto, un nuovo insediamento per persone anziane legato ad un lascito (a Preganziol); il Progetto del Convento di S. Pietro di Barbozza che recupera un edificio religioso per creare un luogo di soggiorno per ‘vacanze dell’anima’; il Progetto di sviluppo di Casa del Campo con il servizio domiciliare presso famiglie con persone autistiche. Si è parlato poi dei progetti di inclusione sociale presso la fattoria sociale ‘el contadin’ di Castelfranco Veneto. Si è data inoltre visibilità particolare alla Sartoria Sociale del Cortile Simonato, con un defilé dei vestiti prodotti e indossati dagli stessi clienti, orgogliosi di portare un capo d’abbigliamento unico che aiuta un progetto sociale.

I “valori dello stile” hanno anche un risvolto culturale, e all’open day è stato presentato in anteprima il progetto Disabil’Art, biennale per la diffusione e scoperta dell’arte realizzata da persone con disabilità o diversità. Per tal fine si è deciso, assieme ad un imprenditore del territorio, di costituire una specifica Associazione di promozione sociale. La conclusione della giornata è stata affidata al maestro Diego Basso, promotore di Art Voice Academy, l’importante centro di formazione della musica e del canto di Castelfranco Veneto.

Foto: Giuseppe Possagnolo

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

## CLAIM



Claim Brand Industry di Preganziol ha avviato importanti collaborazioni per progetti di comunicazione con aziende di molteplici settori. L’azienda vicentina Fitt, riferimento per il settore piscina e del benessere, leader nelle soluzioni per il passaggio dei fluidi ha affidato a Claim la realizzazione del piano di comunicazione per il nuovo B-Active, il tubo per impianti piscina in grado di offrire una doppia sicurezza, con garanzia decennale, grazie alle sue esclusive

tecnologie brevettate e alla tracciabilità di ogni lotto di prodotto. L’advertising sviluppato, concepito per gli installatori e i rivenditori di piscine, ha scelto di mantenere uno stile tecnico tradizionale, illustrativo dei brevetti e delle caratteristiche del prodotto, accentuando l’aspetto emozionale nel visual. Un diverso approccio è stato invece utilizzato nel video di lancio: una rappresentazione accattivante e ipertecnologica in 3d delle qualità del tubo. Claim continua la collaborazione con Fitt anche per la comunicazione di altri prodotti, tra cui la tubazione in lega polimerica BluPower di Fitt, utilizzata nelle reti idriche.

All’agenzia si è affidata anche Farmamed per il nuovo spot e le telepromozioni in onda in questi giorni sui canali Rai. “Fatto male? Fatti bene, Farmamed”, è il messaggio che il brand, leader in Italia nei prodotti per la pronta medicazione, lancia per la promozione dei suoi cerotti classici. Farmamed, recentemente acquisita dal gruppo Gabbiano, è stata la prima linea di parafarmacia nel mercato italiano della GDO ed è oggi ai primi posti tra i marchi del settore, investendo sulla ricerca tecnologica e sulla comunicazione. Claim Brand Industry ha prodotto uno spot di 15” dai toni allegri e familiari in cui le dita di una mano rappresentano i membri di una famiglia ideale, la famiglia PerBene, alle prese con un comune incidente: un taglietto sul dito. La mamma ha la soluzione a portata di mano ed ecco che, con un cerotto, il dito è prontamente medicato. Un’animazione simpatica e coinvolgente che riproduce una scena di vita comune e quotidiana in cui il pubblico s’immedesima con facilità, e l’immediata soluzione che un prodotto di largo consumo come il cerotto può offrire. Anche nel caso in cui il piccolo incidente avvenga a casa, o al lavoro, alle prese con comuni attività di bricolage, di cucina o sartoriali, situazioni rappresentate invece nelle telepromozioni trasmesse durante i programmi Rai: *Estate in diretta*, *Unomattina Estate* e *Reazione a catena*.

Anche Caractère, marchio di moda del Gruppo Miroglio, si è affidata a Claim per la comunicazione della nuova collezione autunno – inverno. Un rinnovato riferimento di stile italiano, presentata ai clienti nel nuovo numero del magazine cartaceo. Un catalogo-contenitore in cui, oltre ai capi e agli accessori, vi-

vono i contenuti che veicolano l'identità del marchio attraverso articoli a tema e interviste. È possibile approfondire gli stessi (e molti altri) contenuti online, completi dei video delle collezioni e delle video-interviste. Il tutto a corredo di un mondo di classe ed eleganza, amplificato anche dalla scelta di ambientare alcuni dei capi della collezione in un tempio della cultura italiana, come il Circolo Filologico di Milano, eccezionalmente reinterpretato come teatro della moda italiana.

Altra collaborazione con Acqua Minerale San Benedetto per il nuovo prodotto *Pura di Roccia*. Claim ha declinato la campagna in uno spot tv di 7" in cui appare la bottiglia d'acqua in tutta la sua limpidezza, circondata dalle vette da cui sgorga. Con Tecnica ha curato il branding della nuova collezione di scarpe da trekking, caratterizzata da una tecnologia già sperimentata negli scarponi da sci, la C. A. S. (Custom Adaptive Shape) Per la nuova creazione di Tecnica, Claim ha scelto un nome potente ed evocativo, Forge, efficace nel veicolare i valori di innovazione e di eccellenza del brand, e di personalizzazione del prodotto e ha inoltre partecipato alla progettazione dello stand del Gruppo Tecnica all'OutDoor di Friedrichshafen e all'organizzazione del meeting di presentazione ai buyer sulle rive del Lago di Garda.

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

## SMILESYS



Smilesys, con sede a Piazzola sul Brenta, firma un packaging innovativo e sostenibile, in grado di ridurre gli sprechi a partire dalle piccole scelte quotidiane. Pratiche smart ed ecologiche per prodotti dotati di un sistema che rende

una confezione perfettamente richiudibile per più di 20 volte dalla prima apertura. Una soluzione brevettata, a conferma di un impegno costante in ricerca e innovazione nel mondo del packaging alimentare e tecnico.

L'azienda padovana attiva dal 2003 nella produzione di film plastici richiudibili ha 24 addetti e un fatturato previsto di 9,2 milioni di euro (8,8 nel 2016), di cui il 95% realizzato in tutto il mondo con Svizzera, Francia, Germania, Olanda, Belgio, Canada e Usa tra i principali mercati.

La proiezione all'estero risponde all'esigenza specifica di superare l'esame di alcuni mercati "prova" come quello belga e inglese, contesti variegati e particolarmente recettivi sul fronte del packaging evoluto ed eco-ambientale, con risultati che premiano gli obiettivi chiari, la competenza, la determinazione a innovare, ma anche i metodi evoluti nella gestione di impresa e i processi dinamici, guidati dalla volontà di dare all'utente finale un prodotto realmente utile.

Con i 150 milioni di pezzi prodotti da Smilesys, nel 2016 sono stati imballati oltre 45 milioni di kg di alimenti. Svareti i premi vinti da Smilesys in diversi paesi all'estero. In Italia l'azienda vanta quelli aggiudicati nelle ultime due edizioni degli Oscar italiani dell'imballaggio e quello del bando Conai per la Prevenzione, affermandosi così in pochi anni tra i leader europei nella produzione di film richiudibili ad alto valore aggiunto. Un successo legato anche all'ambiente di lavoro stimolante e centrato sul benessere dei collaboratori, cui si deve ogni anno l'ideazione di nuovi brevetti. Esempio di una perfetta commistione di know-how made in Padova e dell'interregionalità su cui si fonda l'azienda è la tecnologia "Smile Lite", una tecnologia brevettata, realizzata da Smilesys e prodotta in collaborazione con Besana, azienda napoletana leader europea nel confezionamento di frutta secca, Bioplast, produttrice di film stampati per il packaging alimentare a Salerno e Ritrama, multinazionale italiana leader nella produzione di materiali autoadesivi. Tenendo conto che, su 150 milioni di pezzi prodotti, mediamente lo scarto legato al deterioramento del prodotto prima di terminare la confezione è di circa l'8%, il sistema brevettato da Smilesys evite-

rebbe lo spreco di oltre 3,5 milioni di kg di cibo l'anno – che corrispondono a 12 milioni di confezioni –, 60mila kg di plastica e 100mila kg di CO2 non immessa nell'atmosfera. La vocazione alla sostenibilità ambientale è garantita al 100% sull'intera confezione, realizzata in pet monomateriale totalmente riciclabile. La soluzione permette di ridurre di sette volte la plastica impiegata rispetto alla norma, grazie ad un contenitore innovativo apri-chiudi con uno speciale film plastico richiudibile, che elimina l'ingombro e l'aggiunta di un coperchio supplementare.

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

## ZANARDO SERVIZI LOGISTICI



41 milioni 652mila di ricavi 2016, con un incremento del 5,3% sul 2015. In aumento anche gli addetti, che ormai sfiorano le 130 unità, cui si aggiungono 250 unità dell'indotto. Così come cresce la redditività, con un Ebitda salito, in solo un biennio, dal 3,15% dei ricavi 2014 al 4,51% dell'anno scorso. Zanardo Servizi Logistici S.p.A. di Venezia si espande ulteriormente sulla base di linee strategiche che mettono al centro la specializzazione. Punto di forza del Gruppo è infatti offrire soluzioni su misura, come accade per la logistica di Spirits & Whine e la logistica ospedaliera. Zanardo è riconosciuta come pioniera nell'esplore mercati di nicchia (peculiarità per la quale ha ricevuto numerosi riconoscimenti, tra cui il premio Le Fonti Award a fine del 2016).

Al settore della logistica per il Beverage & Grocery, inoltre, Zanardo ha dedicato a Lodi un vero e proprio "polo d'eccellenza", che si avvia a festeggiare il decennio di attività all'insegna dell'innovazione di tecnologie e strutture: dai magazzini Utif e doganali, alla gestione di magazzini in outsourcing, fino all'attività di copacking. Per questo settore l'azienda può vantare aree magazzino per 92mila metri quadrati, da dove ser-

ve oltre 70mila punti di consegna, grazie alla società partecipata BeveRete e a una rete di transit point nazionale per la distribuzione inclusiva anche del settore Ho.Re.Ca. L'obiettivo ultimo è coniugare ampiezza del servizio e flessibilità.

Altro fiore all'occhiello di Zanardo è la logistica sanitaria, settore in cui con il brand Log-Os è diventato ormai un modello nazionale per efficienza e innovazione. Log-Os punta a garantire la sicurezza del paziente creando un flusso informatizzato e costantemente verificato, che parte dalla prescrizione e termina con la somministrazione, ottimizzando il fabbisogno e i livelli di spesa, migliorando l'assistenza sanitaria integrata, la gestione e la tracciabilità online dell'intero flusso fisico e informativo. L'innovazione, nell'ottica di Logistica 4.0, è d'altra parte il principio guida per l'azienda nel suo complesso: poco meno di 15 milioni di investimenti nell'ultimo biennio per nuovi macchinari e impianti per la logistica, automezzi rispettosi dell'ambiente e della sicurezza stradale e attività di ricerca e sviluppo inhouse, adozioni di politiche di Disaster Recovery e Business Continuity e utilizzo di infrastrutture in fibra ottica.

Tra le leve della crescita di Zanardo Servizi Logistici c'è l'integrazione digitale dei processi produttivi, che favorisce una piena tracciabilità delle movimentazioni e delle operazioni in genere, nonché il rispetto dei canoni di sostenibilità ambientale (logistica paperless). Nel 2016 l'azienda ha inaugurato il nuovo polo logistico di Treviso, che nasce dall'acquisizione e dal recupero dell'ex Pagnossin, un'area industriale di circa 100 metri quadrati, e che si va ad aggiungere a Venezia e Lodi e ai vari magazzini in outsourcing del progetto Log-Os, arricchendo la "mappa" degli hub di Zanardo. Ma in questo caso si tratta di qualcosa di più rispetto a un 'semplice' hub logistico. Open Dream è l'etichetta con cui si sta pianificando la riconversione di questa storica fabbrica del territorio trevigiano e della relativa area dismessa, trasformandola in una città laboratorio per la valorizzazione dei beni – prodotti del made in Italy, dei servizi turistici, delle stesse bellezze architettoniche – in un contesto dove arte e design si integrano in una sola vetrina: un mix che fa del Trevigiano un unicum nel Triveneto.

“L'impegno che costantemente perse-

guiamo – dichiara il Presidente di Zanardo Servizi Logistici Damaso Zanardo – è di creare le soluzioni prima ancora che se ne percepisca il bisogno, ponendo l'uomo, e quindi la personalizzazione del rapporto, al centro di una attività comunque basata su ritmi, procedure e standard squisitamente industriali. Sono i valori che mi ha trasmesso mio padre Settimio, che ha avviato l'attività di famiglia nel settore logistico ormai quasi sessant'anni fa. Oggi siamo convinti che la frontiera della industria del presente e ancor più del futuro passi per il superamento della logica delle economie di scala, ottimizzando, attraverso la tecnologia, la modularità e la specializzazione delle prestazioni, rinnovandone i processi e le stesse modalità di narrazione e di marketing”.

Il sistema di logistica sanitaria Log-Os ha ricevuto il 21 settembre a Roma per la categoria amministrativo-gestionale il Premio Innova S@lute, iniziativa promossa da FPA e Allea all'interno della Manifestazione S@lute 2017. La rivoluzione 4.0, infatti, con Zanardo è entrata nella sanità italiana da più di dieci anni. Merito del pionieristico Hub di Logistica Sanitaria a Caerano San Marco. Nato da una collaborazione tra l'azienda e l'allora Ulss n. 8 Asolo, il modello organizzativo Log-Os dal 2005 contribuisce in diversi ospedali italiani a innalzare la sicurezza del paziente, creando e gestendo un flusso informatizzato di tracciatura fisica ed informativa del farmaco, del dispositivo medico, del materiale sanitario. I risultati sono positivi anche sotto il profilo economico. Minore è l'immobilizzo finanziario, per effetto di una oculata gestione degli ordini. Le giacenze si sono ridotte del 30%. Il valore dei farmaci scaduti rimasti nei reparti si è più che dimezzato, mentre si sono completamente azzerate le dispersioni fraudolente o dovute a un negligente uso di farmaci e beni sanitari. Con 1355 punti di consegna serviti, un valore stock di magazzino di oltre 8 milioni 360mila euro, 25mila cinquecento pallet spediti mediamente ogni anno, Log-Os è ormai un punto di riferimento dell'innovazione sanitaria italiana. Oggi sono numerose le strutture ospedaliere che hanno adottato il modello Log-Os.

A maggio, a Treviso, nello stabilimento dell'ex Pagnossin si è tenuta la cerimonia di consegna di sette veicoli industriali Mercedes-Benz Actros Euro VI che rappresentano l'ultima evoluzione

green della casa di Stoccarda.

“Siamo felici di aver soddisfatto le esigenze di una realtà imprenditoriale del Veneto che opera da oltre 50 anni nell'ambito della distribuzione e dei trasporti – ha detto Giovanni Carraro, Amministratore Delegato della concessionaria con sede a Susegana – e che presta grande attenzione all'ambiente, scegliendo quanto di meglio oggi il mercato offre sul piano dell'eco sostenibilità”.

“Si può fare qualcosa di innovativo anche nell'ambito del trasporto su gomma. Siamo sempre alla ricerca di nuovi strumenti per esprimere e condividere il nostro modo di intendere la logistica integrata e, più in generale, il servizio al cliente, il nostro voler essere partner nell'anticipare i suoi bisogni realizzando soluzioni innovative”, hanno dichiarato Settimio e Damaso Zanardo.

Foto: Damaso Zanardo

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

## MANUEL CAFFÈ



Dopo un lungo cammino di tradizione e sperimentazione, Manuel Caffè di San Vendemiano approda alla Specialty Coffee, una linea di caffè di altissima qualità con la caratteristica della tracciabilità, presentata in anteprima alla Fiera HostMilano.

Gli Specialty Coffee Manuel Caffè, certificati dal Specialty Coffee Association, derivano dalla migliore selezione di chicchi di caffè verde, tostati in modo da sviluppare al meglio tutto il potenziale aromatico. Grande attenzione viene posta ad ogni passaggio della produzione, dalla scelta delle cultivar adatte al particolare clima, alla coltivazione fino all'essiccazione. Ogni partita di caffè verde viene selezionata direttamente dalla famiglia De Giusti per garantire la massima qualità e una grande complessità aromatica.

“Con il nostro laboratorio di Ricerca & Sviluppo, oltre a verificare la qualità della produzione del caffè crudo, siamo

in grado di monitorare l'intero processo produttivo, per garantire costantemente un caffè di alta qualità. – ribadisce Mauro De Giusti – Una partita di caffè non è uguale all'altra e le migliori diventano Specialty Coffee Manuel caffè”.

È un caffè da assaggiare con calma e attenzione, da degustare prendendosi del tempo, dando valore al piacere di assaporare un espresso. Gli Specialty Coffee sono l'argomento che la Scuola Sapere Manuel Caffè, condotta da Andrea Sguazzin, trainer ed esaminatore autorizzato SCA (Specialty Coffee Association) ha approfondito durante la fiera Host, proponendo un ricco calendario di appuntamenti e degustazioni presso lo stand.

La Scuola Sapere Manuel offre l'opportunità ai baristi e ristoratori che vogliono elevare l'eccellenza del servizio di conoscere la cultura, la tecnica e il galateo del caffè. In occasione della fiera, l'azienda ha presentato inoltre una nuova Miscela 70% Canephora, nella confezione da 2 kg personalizzata per l'alta ristorazione e studiata per accompagnare un pasto d'eccellenza.

Manuel Caffè sarà l'Official Coffee partner di Calcio Venezia 1907 ASD per tutta la stagione 2017/2018. “Il Venezia Calcio è tra i simboli più autorevoli del territorio – sostiene Mauro De Giusti – abbiamo in comune la capacità di regalare emozioni e ricercare con costanza nuovi livelli di eccellenza.” Manuel sponsor tecnico firmerà la nuova divisa ufficiale, messa a punto per il 110° anniversario della fondazione societaria, che ha saputo custodire i valori e le tradizioni identitarie della squadra, nel panorama calcistico nazionale.

Manuel Caffè da oltre quarant'anni pone un occhio di riguardo a tutte le fasi della filiera produttiva e si avvale di certificazioni internazionali che garantiscono il rispetto delle risorse e dell'ambiente. La grande esperienza e il know-how nella valorizzazione della cultura italiana del caffè in tutto il mondo contraddistinguono questa realtà gestita oggi con successo dai fratelli Emanuela, Mauro e Cristina, il cui spirito lungimirante e creativo dà vita ad una grande varietà di prodotti d'eccellenza autenticamente made in Italy.

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

## PET ENGINEERING



È stato un Drinktec di grande successo per PET Engineering S.r.l., l'azienda di San Vendemiano specializzata nella progettazione e industrializzazione di packaging creativi e fattibili per i settori del food e del beverage; la risposta degli imbottiglieri alle due nuove linee di packaging, Luxo e Nova, presentate per la prima volta all'importante manifestazione di Monaco, è stata immediata e concreta.

La nuova linea Luxo di PET Engineering ridisegna i confini della Premiumness per il settore Horeca attraverso nuove shape e nuove finiture; declinata in tre versioni, FonteVita, Queen ed Erawan, tutte della capacità di 0,75l, i packaging presentano LuxCap, un nuovo tappo per PCO1881, sviluppato in collaborazione con l'italiana LaBrenta, completamente customizzabile nei materiali e nei colori. FonteVita è stata premiata al World Beverage Innovation Award, organizzato da Foodbev Media durante il Drinktec, quale “Best Bottle in PET” della competizione.

La Giuria, che ha esaminato 227 iscrizioni provenienti da 33 Paesi e suddivise in 25 categorie, ha attribuito a PET Engineering l'importante riconoscimento che si è andato a sommare a quello ricevuto per Devin – Crystal Line e a Luxo sempre per la “Best Bottle in PET” nel 2014 e 2016. FonteVita è l'alternativa di PET Engineering alle bottiglie in vetro per il settore Horeca. Con un peso di soli 39g è caratterizzata da una sfumatura realizzata grazie alla tecnologia multi-layer di Husky Injection Moulding System, presenta il tappo LuxCap, sviluppato in collaborazione con Labrenta, e

una shape che ricorda il lento sbocciare di un fiore.

La seconda novità presentata è la Linea Nova, la linea di packaging che coniuga la massima libertà di espressione con le migliori performance tecniche, valori di stress cracking e resistenza allo scoppio da record e pesi minimi. La Linea Nova è composta da quattro versioni: Nouveau, CO2LA, Life and Cellar.

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

## BENETTON GROUP



Benetton Group di Ponzano Veneto e Mondottica International hanno annunciato la firma di un contratto esclusivo di licenza globale per la progettazione, la produzione e la distribuzione di occhialeria per il marchio United Colors of Benetton.

L'accordo iniziale, sia per la linea sole che vista per donna e uomo, sarà valido fino al 2023. La prima collezione di occhiali da sole Benetton prodotta da Mondottica sarà disponibile dalla Spring/Summer 18 e distribuita esclusivamente nella rete retail Benetton. Dal 2019 la distribuzione delle collezioni di occhiali da sole e vista sarà estesa alla rete wholesale globale di Mondottica.

“Siamo lieti di aver firmato un contratto di licenza per l'occhialeria con un partner così dinamico che condivide con noi caratteristiche comuni, come internazionalità, distribuzione capillare e design”, ha commentato Tommaso Brusó, Chief Operating Officer di Benetton Group.

Dal 24 al 28 Settembre, United Colors of Benetton ha presentato presso gli spazi della Triennale di Milano la mostra I See Colors Everywhere, un'immersione nel colore attraverso i capi della sua nuova collezione Primavera Estate e le opere di Fabbrica, il suo centro di ricerca sull'arte e la comunicazione.

C'erano le opere pop dell'illustratore americano Andy Rementer e un'installazione di Giorgia Zanellato e Daniele

Bortotto, un progetto sugli albi del fotografo sudafricano Pieter Hugo e le opere grafiche del designer spagnolo Jaime Hayon e dell'art director ucraina Anna Kulachek. Muovendosi tra le oltre cinquanta opere, il visitatore ha incontrato anche una squadra di modelli che indossava i capi della collezione Primavera Estate 2018 di United Colors of Benetton, in una modalità che strizza l'occhio alla performance artistica più che alle tradizionali sfilate di moda.

L'allestimento è stato accompagnato da un magazine-catalogo, che ha dato un ulteriore livello di lettura alla mostra grazie a un editoriale firmato da Myriam Ben Salah, scrittrice e curatrice della programmazione culturale al Palais de Tokyo di Parigi.

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

## CARPENÈ-MALVOLTÌ



Il 2018 sarà un anno storico per la Carpenè-Malvolti che festeggerà i suoi primi 150 anni di attività, infatti Antonio Carpenè, assieme ai soci Caccianiga, Malvolti e Vianello, fondò nel 1868 la "Società Enologica", che ben presto si trasformò in Carpenè-Malvolti per rinuncia di Caccianiga e Vianello. Ad Antonio Carpenè, scienziato chimico ed enologo laureato all'Università di Pavia nel 1864, va il merito di aver introdotto per primo, insieme a Gancia, il metodo "Champenoise", in Italia. Nel 1877, Antonio Carpenè, uomo di scienza e di cultura, insieme all'amico Cerletti fondò la prima Scuola Enologica in Italia a Cognigliano, una sorta di ateneo del vino.

[www.carpene-malvolti.com](http://www.carpene-malvolti.com)

## DELTA SYSTEM

Delta System S.p.A. di Castello Roganzuolo di San Fior, forte della sua lunga esperienza sul mercato valorizzata dal costante orientamento alla soddisfazione delle necessità del cliente, ha da sempre offerto eccellenti soluzioni sia



applicative che infrastrutturali, fondando il suo core-business su rapporti di reciproca fiducia con partner e clienti. Nell'anno in cui compie trent'anni d'attività, Delta System in virtù della sua visione di crescita e miglioramento continuo e per rispondere alle istanze emergenti della trasformazione digitale e dell'industria 4.0, si rinnova e annuncia orgogliosamente la nascita di Delta Tech. Operativa dal 1° ottobre, Delta Tech, aderendo alla filosofia che contraddistingue tutta l'azienda, è focalizzata nel fornire le migliori soluzioni ICT a supporto delle applicazioni, e ha rafforzato la propria offerta di prodotti e servizi – quali monitoraggio proattivo, servizi cloud, backup as a service, disaster recovery, business continuity, iperconvergenza, cyber security, SaaS, PaaS – affinché il cliente possa liberare le sue risorse a favore del business.

Siamo in un'epoca in cui l'information technology ha assunto un ruolo chiave e determinante all'interno dei processi di business. Le aziende sono sempre più consapevoli che un sistema informativo ben orchestrato sia la base del loro essere competitive sul mercato. In questa prospettiva le imprese hanno la necessità di soluzioni applicative efficienti, che accompagnino l'azienda nella sua evoluzione, supportate da un'infrastruttura tecnologica sempre più affidabile e pervasiva. Ed è per questo che Delta System e Delta Tech affiancano le aziende offrendo soluzioni e servizi professionali, con lo sguardo sempre rivolto al futuro.

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

## FIM ENGINEERING

Seagull è la nuova collezione di case prefabbricate firmata Fim Engineering Group S.r.l. di San Vendemiano. Nasce dalla sinergia di abili professionisti che formano l'ufficio tecnico della Fim Engineering Group, essi sono riusciti a creare una nuova soluzione abitativa, rinnovata nelle proporzioni estetiche,



nelle tecnologie e negli spazi interni che la arricchiscono ulteriormente. Negli anni l'azienda ha maturato esperienze tecniche ed elaborato metodologie sempre più avanzate ed innovative finalizzate al raggiungimento di risultati di assoluto primato. La sua esperienza è stata richiesta nel 2012 per il terremoto in Emilia dove ha portato 39 casette, prodotte e montate in 56 giorni. La sua ricerca ha sempre avuto l'obiettivo di perseguire i massimi risultati in fatto di resistenza e sicurezza antisismica, la progettazione e la costruzione avviene nel rispetto delle norme antisismiche Q1. Ciò è reso possibile dall'uso dell'acciaio per tutte le strutture portanti. La costante ricerca ed applicazione di tecniche e materiali sempre più performanti consente a Fim Engineering Group di realizzare edifici che vantano un altissimo risparmio nei consumi energetici. Il fabbisogno energetico per il riscaldamento durante la stagione fredda è estremamente ridotto, ed un risultato non scontato è, durante la stagione estiva, l'azzeramento dei costi per il raffrescamento. Un' apprezzata caratteristica dell'edificio è la silenziosità, con l'abbattimento dei rumori tra gli ambienti interni e ancor di più con un perfetto isolamento acustico di quelli provenienti dall'esterno.

Le case prefabbricate Seagull hanno bisogno di meno energia, di meno tempo e solitamente anche di minori risorse. Per il cliente significa avere un maggior controllo, costruire con gioia e una più alta qualità di vita nella casa. L'azienda offre un pacchetto completo di finiture, gestite completamente dalla Fim Engineering Group, unico interlocutore, che libera il cliente da ogni preoccupazione, dal primo colloquio non impegnativo, da una competente consulenza fino alla progettazione e costruzione della casa. La casa Seagull può essere destinata a diversi contesti, sia per i privati con desiderio di sfruttare al massimo i terreni a disposizione, che per i villaggi turistici, siano questi

lungo le coste o in montagna. La conformazione della casa, infatti, risulta adeguata alle diverse situazioni climatiche.  
[www.fim-eng.com](http://www.fim-eng.com)

## 2SQUARE



2square, la società di Treviso guidata da Giampiero Alessandrini si è di recente aggiudicata la gara per il design, produzione ed installazione di circa 2.500mq destinati ad ospitare le collezioni dei migliori marchi della moda Italiana nel mondo come Armani, Valentino, Tods, Zanotti, Versace, eccetera, ad Astana, capitale del Kazakistan, in una zona di forte sviluppo commerciale, nelle immediate vicinanze dell'hotel Ritz-Carlton. "Qui infatti trascinato dal successo di visitatori dell'Expo appena conclusa sorgerà un piccolo polo del lusso e 2square, presente nel Paese già da quattro anni è in prima linea – afferma Nicola De Zen, Direttore commerciale dell'azienda –. Nei prossimi cinque mesi distaccheremo nel Paese due project manager, invieremo almeno venti container di materiale e nelle fasi finali di installazione impiegheremo fino a venti tecnici. Il Kazakistan è un mercato nel quale l'azienda crede molto e grazie alle partnership instaurate in questi anni si stanno raccogliendo ottimi risultati".

[www.2squaregroup.com](http://www.2squaregroup.com)

## HANGAR DESIGN GROUP

Hangar Design Group entra nel board della Good Design Association per portare la creatività italiana nel cuore dell'Asia. Alberto Bovo, Presidente di Hangar Design Group, è stato nominato consulente della Good Design Association di Taiwan e sta presenziando alla fiera internazionale Taiwan Design Expo, aperta fino al 15 ottobre nell'antica biblioteca della National Cheng Kung University di Tainan e in alcuni luoghi satellite, come il Blueprint Cultural and Creative Park. "Taiwan e la sua cultura



industriale fondata sul design – sostiene Alberto Bovo – rappresentano da sempre un'eccellenza creativa di prim'ordine. Qui si respira voglia di innovazione ulteriore rispetto a quanto già ampiamente dimostrato in passato".

Fondata nel 1997 con il supporto del Ministero degli Affari Economici, la Good Design Association riunisce 80 imprese di settori diversi che attribuiscono un valore centrale al design, tutte premiate con riconoscimenti internazionali come l'IF Design Award, il Red Dot Design Award e il Golden Pin Design Award. HCG, Acera, Pegatron, Cheerful Fashion Goods, Tsannkuen, Weplay, Nova Design, Luperla Jewellery, UB Office Systems, Gixia Group, Thermaltake, Genius, MSI, Hitachi e Formosa sono solo alcuni dei player che compongono il gruppo. Per promuovere la cultura del design, l'associazione continua a organizzare il premio YODA (Young Designer Design Award), giunto alla 17ma edizione, oltre a una serie di eventi su questo tema, come l'International Design & Marketing Forum, l'Enterprise/Student Conference Matchmaking e il ND Super Star Design Award. Coordinata da Yu Chun-ming, che ricopre la carica di Presidente dal 2016, la Good Design Association favorisce gli scambi internazionali con l'obiettivo di avviare collaborazioni con imprese dall'approccio cosmopolita che possano contribuire a diffondere in tutto il mondo un'immagine dell'Asia come terreno fertile per lo sviluppo di progetti innovativi nell'ambito del design. La partecipazione di Hangar Design Group alla Taiwan Design Expo mette in luce l'impegno del collettivo, che opera a Shanghai dal 2004, a farsi promotore delle medesime finalità.

La Taiwan Design Expo, che quest'anno esplora il tema "Design for Happiness",

intende mettere in relazione la cultura locale con le tendenze internazionali del design. L'esposizione sancisce, inoltre, la collaborazione, già avviata lo scorso maggio, tra la Good Design Association e ADI Associazione per il Disegno Industriale. Il Presidente di quest'ultima, Luciano Galimberti, aveva incontrato Yu Chun-ming in occasione del Salone del Mobile 2017. "Il meeting pubblico – spiega Alberto Bovo – ha posto le basi per costruire un ponte tra le due associazioni allo scopo di sviluppare iniziative comuni e relazioni sinergiche a beneficio sia delle aziende italiane che di quelle taiwanesi".

Foto: Alberto Bovo

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

## CRAVEDI



Grande festa d'anniversario per celebrare i 90 anni di attività di Cravedi, storica azienda trevigiana distributrice di autoriscaldatori nata nel 1927. Novant'anni di ricambi – per auto e veicoli industriali – in un mercato partito con le prime Fiat fino alle moderne ibride di oggi. Una strada senza dubbio in salita ma sempre affrontata con passione, che ha regalato negli anni gratificazioni in termini di rapporto con gli operatori del settore e di posizionamento nel mercato. Cravedi è da sempre un punto di riferimento imprescindibile per officine e carrozzerie del territorio.

Il compleanno di Cravedi è stato festeggiato con un evento riservato a dipendenti ed ex-collaboratori che si è tenuto il 23 settembre presso Casa Gobbato sul Montello.

Una serata di grande suggestione, iniziata con l'aperitivo in giardino e proseguita con la cena in serra.

La storia di Cravedi è la storia di una famiglia che – dopo il recentissimo ingresso di Filippo Cravedi, figlio di Giorgio – vede al lavoro la quarta generazione. Corre l'anno 1927 quando Camillo Cravedi letteralmente 'accende il motore'

dell'azienda aprendo la prima struttura di vendita ricambi a Treviso vicino a Porta Altinia. Nonostante tutte le difficoltà e preoccupazioni del dopoguerra sono anni molto belli, un sogno che inizia a realizzarsi. Nel 1936, alla fine della Guerra d'Africa, Camillo lascia l'attività ormai avviata nelle mani del fratello Alberto e tenta un'avventura oltremare, in Eritrea. Si occupa dei trasporti che dalla costa portano le merci verso gli altipiani e apre un negozio di ricambi. Nel 1938 rientra in Italia e sposta il punto vendita poco distante da Porta Altinia. Durante la II guerra mondiale il negozio, completamente distrutto dai bombardamenti del 1944, fu trasferito in un nuovo stabile, sempre all'interno delle mura di Treviso dove è rimasto fino al 1980.

In questi anni il volume del lavoro cresce con l'ingresso in azienda di Sergio Cravedi. Viene anche integrata l'attività di Cravedi Rettifiche. Preso il timone dell'attività, nei primi anni '70 Sergio decide di dedicare una piccola struttura in Viale della Repubblica esclusivamente ai ricambi di carrozzeria. Si distinguono così i due filoni principali dell'attività di Cravedi nel mercato: da una parte i ricambi di meccanica e dall'altra i ricambi di carrozzeria. In questi anni i ricambi vengono venduti principalmente al banco. Per le consegne si utilizza il servizio di corriere di linea e tutte le difficoltà riguardano più il reperimento dei componenti, non tanto l'attesa.

Intorno agli anni '70 Cravedi diventa concessionario specialista in ricambi originali Fiat e Iveco: una collaborazione durata fino al termine degli anni '80 quando, lasciati i mandati, l'attività è proseguita nell'aftermarket indipendente. Ma le cose cambiano in fretta. La nuova realtà è che il meccanico viene servito più volte al giorno presso la sua officina. Questa trasformazione richiede un notevole cambiamento con grande impegno di uomini e mezzi e occorre organizzarsi di conseguenza. I codici prodotto diventano migliaia e vanno gestiti tutti in modo efficiente e veloce. Nel 1980 il trasferimento dell'azienda nella sede attuale di Villorba, alle porte di Treviso. Qui, dopo la laurea in economia, inizia a lavorare anche Giorgio Cravedi, classe 1958, affiancando inizialmente i responsabili commerciali per arrivare, negli anni, ad as-

sumere l'attuale carica di Presidente del Consiglio di Amministrazione.

Negli anni la società è cresciuta, aprendo filiali a San Fior (Conegliano) nel 1985, a Belluno nel 1999, a Verona nel 2013, a Pontedera (Pisa) nel 2016 e infine a Mogliano Veneto, nel marzo 2017. Oggi l'azienda conta oltre 100 dipendenti tra cui una rete di venditori in grado di coprire le province di Treviso, Pordenone, Padova, Venezia, Verona, Mantova, Belluno, Bolzano, Trento, Pisa. La superficie totale tra sede e filiali è di oltre 7.000 mq. Più di 2.000 officine e carrozzerie servite nel mercato indipendente dell'autoriparazione nel Nordest e, con la filiale di Pontedera, anche in Toscana. A magazzino sono gestiti più di 50.000 articoli e il fatturato annuale supera i 22.5 milioni di euro. Cravedi ha vissuto le maggiori trasformazioni dell'aftermarket senza mai smettere di guardare avanti e cambiare. La recente acquisizione di ZSystem dimostra la volontà di proseguire su questa strada. ZSystem di Padova è una società distributrice specializzata in attrezzatura, centri di revisione e strumenti di diagnostica per l'officina e la carrozzeria: tutto quello che serve agli autoriparatori per poter operare sulle vetture più evolute.

Foto: Giorgio, Sergio e Filippo Cravedi  
[www.cravedispa.it](http://www.cravedispa.it)

## TECNICA



Moon Boot chiude il 2016 con un fatturato stabile a quota 8 milioni di euro. Ma nel mirino del marchio di doposci c'è la crescita, anche economica. "Prevediamo un aumento dei ricavi nell'or-

dine del 20% durante questo esercizio e contiamo di arrivare nel 2020 a un fatturato pari a 20 milioni di euro", ha detto Alberto Zanatta, Presidente di Tecnica Group di Giavera del Montello, cui fa capo il marchio.

Intanto, il brand made in Italy vola a New York: dall'1 ottobre al 28 gennaio del prossimo anno, Moon Boot partecipa alla mostra-evento al MoMa di New York "Items: Is Fashion Modern?". "La presenza di Moon Boot all'interno del principale museo moderno del mondo - conclude Zanatta - è per noi motivo di grande orgoglio. L'esposizione nel tempio dell'arte e del design mondiale segna per Tecnica Group un traguardo importante, attestazione autorevole dell'importanza di un brand come Moon Boot che ha saputo accompagnare la storia e il modus vivendi di intere generazioni".

[www.moonboot.com](http://www.moonboot.com)  
[www.tecnicagroup.com](http://www.tecnicagroup.com)

## DISTILLERIE BONOLLO



Grappa nuova regina della mixology internazionale con Gra'it. Le Distillerie Bonollo Umberto di Padova, con una competenza di oltre 170 anni nella produzione della Grappa, da sempre innovatori e punto di riferimento qualitativo del settore, hanno creato Gra'it, una nuova tipologia di Grappa: fedele alla tradizione e al contempo innovativa, perché in grado di sposare altri prodotti per la realizzazione di cocktail unici e strepitosi, diventandone l'ingrediente caratterizzante. Con Gra'it l'Italia lancia la sfida ai grandi distillati internazionali e in particolar modo ai big del bere miscelato: l'avventura è cominciata dagli Usa, patria della mixology e dei locali più glamour, ottenen-

do un grande successo dal pubblico più severo ed esigente. Per promuovere Gra'it negli Usa, innescando una rivoluzione culturale che sfida i colossi internazionali della mixology come gin, rum e tequila, le Distillerie Bonollo hanno organizzato nella scorsa primavera – estate la Gra'it Challenge, con la collaborazione della USBG, United States Bartenders' Guild. Gra'it Challenge è la prima competizione di bartender al mondo di cui è stata protagonista una grappa. Miami, NewYork, Los Angeles, Austin e Chicago sono state le 5 tappe della Challenge dove si sono sfidati 50 concorrenti. I primi classificati sono sette come sette sono le migliori varietà di grappe selezionate dalle Distillerie Bonollo per creare l'alchimia di Gra'it: Barolo (Nebbiolo), Moscato d'Asti, Aglianico, Brunello (Sangiovese), Prosecco (Glera), Amarone (Corvina), Nero D'Avola. Giorgia Crea, Hector Acevedo, Franky Marshall, David Bonatesta, Meredith Barry, Ryan Wainwright e William Benedetto sono i sette talentuosi bartender americani che hanno saputo cogliere al meglio l'essenza di questa nuova grappa e valorizzarla con esclusivi cocktails.

I sette vincitori della prima competizione dedicata ad una grappa hanno partecipato anche al lancio ufficiale in Italia di Gra'it a fine settembre, in una ristretta selezione dei locali più esclusivi del bere miscelato, e saranno i protagonisti del tour denominato #graitour. Da Milano alla Valpolicella, da Venezia alla distilleria Bonollo di Conselve, dal Chianti a Roma, potranno immergersi negli aspetti principali del "vivere italiano": quell'alchimia di design, moda, cucina, paesaggi unici e naturalmente i bar più cool e l'eccellenza distillatoria italiana, che rende il nostro Paese unico nel mondo. Una volta tornati negli Usa, saranno i migliori ambasciatori di Gra'it, la vera Grappa italiana.

L'azienda Distillerie Bonollo opera in provincia di Padova con due stabilimenti: la distilleria di Conselve e la sede di Mestrino. La quarta generazione, oggi alla guida dell'attività di famiglia, entra nel team aziendale a partire dagli anni '90 e continua con passione il lavoro avviato all'inizio del secolo scorso e tramandato di padre in figlio sempre nel segno dell'eccellenza.

Gra'it ha già ottenuto il massimo riconoscimento della doppia medaglia d'oro

alla Spirits Tasting Competition. Vincente anche il packaging di Gra'it che ha vinto il World's Best Grappa Design Awards 2017. La bottiglia che racchiude l'alchimia di Gra'it deriva da uno stampo originale del 1856 che probabilmente riflette la dimensione alchemica di alcuni profumieri veneziani.

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

[www.grait.it/challenge](http://www.grait.it/challenge)

## BERTO'S



Relazioni industriali moderne, fattore di competitività. Accade alla Berto's di Tribano, multinazionale tascabile tra i leader mondiali nella produzione di attrezzature professionali per la cucina, 30.000 pezzi all'anno, per l'80% in più di cento Paesi, 22,6 milioni di ricavi nel 2016 (+5,1%), dove il 'clima di condivisione' ha spinto la crescita media annua al 3% negli ultimi dieci anni. L'azienda, assistita da Confindustria Padova, ha siglato con le Rsu e la Fim-Cisl di Padova e Rovigo il rinnovo dell'accordo integrativo triennale 2017-2019 per i 120 lavoratori specializzati, età media 38 anni, all'insegna del welfare 4.0.

Un punto di svolta che amplia e rilancia salario legato a produttività e welfare aziendale, con un occhio a nuclei familiari e giovani. Il premio di risultato (legato al Mol e a indici di produttività) aumenta fino a 6.595 euro nel triennio, con un incremento a regime di oltre il 20% rispetto all'accordo precedente. Ancora più articolati gli istituti di welfare, parte integrante dell'accordo, con misure innovative per la natalità, l'istruzione e il credito. Oltre al premio "nuove idee", al rimborso spese per libri e iscrizione dal nido all'università, aumentati negli importi, all'anticipo estensivo del Tfr (anche per ristrutturazione prima casa, matrimonio, acquisto auto), sono previsti i nuovi bonus bebè (250 euro per i nati nel triennio), il carrello della spesa, il rimborso tasse universitarie per lavoratori-studenti

e il microcredito di solidarietà, per un'integrazione al reddito individuale che può arrivare a 4.439 euro l'anno. Fino al sostegno alla genitorialità (work life balance) con ben 14 diversi modelli orari di lavoro per la conciliazione con la vita familiare e personale. Particolare attenzione ai giovani: per favorirne l'inserimento, l'accordo valorizza l'apprendistato con una stabilizzazione da primato. In Berto's il turn over è pari a zero, la totalità del personale è a tempo indeterminato, ogni anno vengono inseriti dai 10 ai 15 apprendisti e tirocinanti. Negli ultimi tre anni sono stati assunti 13 giovani dopo un periodo di tirocinio nei settori produzione, progettazione, vendite, export, marketing. "L'approccio collaborativo, la condivisione di obiettivi e di valori tra le persone caratterizza da sempre la nostra azienda – spiega Enrico Berto, Presidente e Amministratore Delegato di Berto's -. Una filosofia sempre più strategica nel contesto globale, che richiede adattamento e continue trasformazioni, unisce visione imprenditoriale, motivazione e valorizzazione della persona. Sentirsi partecipi del buon andamento dell'azienda ha effetti virtuosi sul clima di lavoro, sull'efficienza, la qualità dell'organizzazione e quindi sui risultati economici e la fidelizzazione. La crescita di Berto's è stata graduale e costante, il 3% in media negli ultimi dieci anni, con oltre 50 prodotti realizzati ogni anno e continui investimenti per accrescere la produttività con processi improntati già da un decennio ai principi di smart factory, lean production e 4.0. Da qui la nostra decisione d'intesa con il sindacato di rilanciare le iniziative di welfare avviate già tre anni fa, con un impegno ancora più forte e completo. Siamo convinti che questa sia la strada per relazioni industriali moderne e partecipate, fattore di competitività".

Nell'ultimo triennio i lavoratori Berto's sono stati artefici di 88 idee aziendali, di cui 25 realizzate: logistica e controllo sicurezza, nuovi materiali, accoglienza clienti. Sono stati 132 i contributi per spese scolastiche, 15 premi di anzianità, 13 anticipazioni del Tfr, 3.500 ore di formazione erogate.

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

## CAROLLO SERRAMENTI



Carollo Serramenti S.r.l. di Zero Branco opera da oltre 40 anni nella progettazione, produzione e posa di serramenti metallici, elementi in carpenteria leggera e lavorazione lamiera. All'interno di questo reparto produce infatti componenti e particolari a disegno di macchine per il settore farmaceutico, ferroviario, dell'arredamento e particolari di design.

Proprio in questa area negli ultimi anni sono stati introdotti diversi impianti tecnologicamente avanzati per innovare i processi produttivi ed internalizzare alcune attività prima realizzate esternamente così da sovrintendere maggiormente tutto il processo produttivo e cercare di rispondere maggiormente alle richieste dei propri clienti di piccoli lotti di prodotti e di tempi stretti di fornitura.

Ha introdotto un impianto di taglio ad acqua che permette di tagliare oltre ai metalli anche materiali plastici, vetri e ceramica fino a spessori di 180 mm con un piano di lavoro da mm 4000 x 2900. Lo scorso settembre ha affiancato a tale impianto anche quello di taglio laser fibra con magazzino a torre con carico e scarico automatico. Si tratta di un impianto di ultima generazione che a differenza di altri impianti tradizionali permette di tagliare anche materiali come il rame e l'ottone. È stato scelto di dotarlo del magazzino a torre per velocizzare le fasi di carico lamiera e scarico dei prodotti finiti, così da sfruttare al massimo la velocità di taglio dell'impianto stesso. Il magazzino ha la possibilità di contenere contemporaneamente sette tipologie differenti di materiali, sia in qualità che in spessore, così da gestire velocemente i cambi di materiale. L'azienda riesce quindi ora a dare un prodotto che viene interamente creato all'interno dello stabilimento, essendo poi attrezzati per eseguire la piegatura e la saldatura a tige e a filo dei particolari stessi, riuscendo quindi ad aumenta-

re lo standard qualitativo e la velocità di fornitura.

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

## FORNO D'ASOLO



“Noi qui vogliamo costruire il futuro: puntare sui giovani, valorizzare un'azienda e il suo legame con un territorio bellissimo, creare quindi ulteriore sviluppo e nuova ricchezza, ma condivisa, attraverso la diffusione di conoscenza e professionalità. Partiamo dalle nostre radici, coinvolgiamo il mondo della scuola, arriviamo a quello del lavoro”: queste le parole di Alessandro Benetton, Presidente di 21 Investimenti, alla presentazione della nuova sede della FDA Academy di Forno d'Asolo, che si è tenuta il 13 ottobre, alle porte di Asolo. Alla cerimonia erano presenti, oltre a Benetton e all'AD di Forno d'Asolo Alessandro Angelon, anche Luca Zaia, Presidente della Regione Veneto, Maria Cristina Piovesana, Presidente di Unindustria Treviso, e Daniele De Zen, Sindaco di Maser, nel cui territorio si trovano stabilimento e Academy. FDA Academy di Forno d'Asolo è un progetto fortemente voluto dall'azienda – leader nella produzione e distribuzione di prodotti da forno surgelati, sia dolci che salati – fin da quando nel 2014 è stata acquisita da 21 Investimenti, di Alessandro Benetton.

Cosa è la FDA Academy? Una vera e propria accademia permanente con un obiettivo: il Buono. Fondata nel 2014, accompagna gestori e operatori del canale Horeca in un percorso di formazione finalizzato alla corretta gestione dell'attività nel settore e alla soddisfazione dello stesso consumatore finale, attraverso la gestione ottimale del prodotto in tutte le sue fasi. In sostanza, si tratta di far sì che la qualità Forno d'Asolo venga preservata al meglio anche sul punto vendita finale; e questo è possibile solo formando adeguatamente i gestori dello stesso. Con l'inaugura-

zione della nuova sede, FDA Academy s'impegnerà ancora di più per sostenere i giovani, per mezzo di master gratuiti denominati “Professione barista”. “Noi ci sforziamo sempre di avere uno sguardo attento e di prospettiva, di immaginare il futuro, perché i cambiamenti, specie nel mondo del business, vanno anticipati – ha commentato Alessandro Benetton – Siamo stati premiati per questa nostra visione: la famiglia Gallina, che questa azienda ha fondato e portato a un primo sviluppo, ci ha scelti nel 2014 come continuatori e potenziatori di una bella storia imprenditoriale: cercava qualcuno di serio cui affidare le “chiavi” del loro gioiello, che non voleva perdesse il legame con il mondo circostante. Noi stiamo operando in questo senso, con grande successo, come dicono tutti i dati. Oggi, lo ripeto, apriamo una nuova pagina, coinvolgendo i giovani e le scuole. Per me il futuro è qui”.

Forno d'Asolo sforna 170 milioni di cornetti all'anno e ha in catalogo circa 1.100 referenze, tra bakery dolce e salato, torte e dessert. Serve circa 40mila punti vendita in Italia (copertura del 95% del territorio) e all'estero, dove è presente in 50 Paesi e ha aperto da poco filiali in Germania e negli Stati Uniti. Nel 2017 il fatturato raggiungerà i 125 milioni di euro (113 nell'esercizio precedente; nel 2013 era di 73 milioni); dal 2014 al 2017 il fatturato stesso è già quasi raddoppiato, come anche i dipendenti, che sono passati da 130 a 285 unità. “Abbiamo avviato una strategia di forte sviluppo in Italia e all'estero – ha dichiarato Alessandro Benetton – con investimenti per 20 milioni. E siamo cresciuti regolarmente a doppia cifra, ma soprattutto abbiamo gettato le basi per un'ulteriore espansione organica e qualitativa per i prossimi anni”.

Fda Academy si inserisce perfettamente in questo quadro. A firmare la ristrutturazione della sede è l'architetto Domenico Luciani, di Venezia, che ha dato un nuovo volto alla facciata creando un elemento a “lama” in calcestruzzo, rivestito in metallo che riflette i colori verde e rosso (i colori di Forno d'Asolo e de La Donatella). Questo elemento caratterizzante sostiene nuovi volumi sospesi, protesi verso i colli, e affonda nel terreno ridisegnando il verde e l'acqua che forma una superficie specchiante in pietra nera lungo la lama. I nuovi am-

bienti danno direttamente sul giardino: isolando la vista dal contesto caotico della viabilità, si è voluto consentire il contatto con la natura, con il frutteto di melograni, l'acqua, il prato, i colori della pietra e del metallo, le barriere verdi... E su tutto, a dominare, la prospettiva rasseranante dei colli di Asolo, che vengono ribaditi dallo specchio d'acqua e dal metallo riflettente, in una continua interazione/fusione tra elemento umano e naturale: "Michelangelo Pistoletto sarebbe ben felice di essere qui", ha commentato Luciani. La ristrutturazione della facciata di Forno d'Asolo è avvenuta con la precisa volontà di creare una struttura dall'impatto ambientale bassissimo per il territorio circostante. L'azienda è sempre stata molto attenta a questo aspetto; il suo magazzino automatico refrigerato (-24°), ad esempio, è costituito da 7 piani di cui 3 sotto il suolo.

Forno d'Asolo azienda leader in Italia nel surgelato, produce e commercializza due marchi: Forno d'Asolo (prodotti bakery dolce e salato e pasticceria) e La Donatella (prodotti di pasticceria e dessert). La storia di Forno d'Asolo ha origine fra le colline di Asolo: in un piccolo mulino in provincia di Treviso, cinque generazioni fa, nasceva la bottega della famiglia Gallina. Tre le successive date chiave: la prima è il 1985, quando i fratelli Fabio e Paolo Gallina decisero di realizzare una loro idea rivoluzionaria, ossia portare a chi vive lontano la freschezza e la fragranza dei prodotti realizzati quotidianamente nel forno di famiglia; la seconda è il marzo 2014, quando il gruppo 21 Investimenti, fondato da Alessandro Benetton, ha acquisito Forno d'Asolo con l'intento di valorizzarne il patrimonio industriale e il marchio quale eccellenza nei prodotti da forno "made in Italy". Oggi sono 11 le linee produttive, 22 le piattaforme distributive in Italia, oltre 1 milione i pezzi prodotti ogni giorno e 20mila i bancali in transito nelle piattaforme aziendali. La terza data chiave è il marzo 2016 quando Forno d'Asolo, nella più ampia strategia di crescita e sviluppo sul mercato italiano ed estero, ha acquistato il 100% di La Donatella di Jesolo (Venezia), azienda italiana fondata nel 1946, tra le principali nella produzione di torte farcite e da forno; su tutti il tiramisù, uno tra i dolci made in Italy più conosciuti e apprezzati al mondo.

Foto: Alessandro Benetton,  
Maria Cristina Piovesana e Luca Zaia  
[www.fornodasolo.it](http://www.fornodasolo.it)

## COLFERT



Un ampio parterre di espositori in rappresentanza di tutta la filiera del serramento, il ricco programma congressuale e l'ospitalità che contraddistinguono COLFERTexpo: sono gli ingredienti per l'edizione record che si è tenuta a settembre al Pala Expo di Venezia.

Gianluca Forcolin, Vice Presidente della Regione Veneto, Roberto Marcato, Assessore allo sviluppo economico della Regione Veneto, Remo Sernagiotto, europarlamentare, e Massimiliano De Martin, Assessore del Comune di Venezia: sono loro i testimoni d'eccezione presenti all'inaugurazione dell'ottava edizione di COLFERTexpo, la fiera di Colfert dedicata ai professionisti del serramento, svoltasi dal 29 settembre al 1 ottobre a Venezia.

Nata nel 2003, l'evento si riconferma importante occasione di incontro tra i 140 espositori da un lato e serramentisti, installatori e progettisti dall'altro. Luogo di incontro ma anche di dialogo e formazione: notevole interesse ha riscosso il convegno Industria 4.0: Scenari e opportunità, con la presenza di relatori come Maria Cristina Piovesana, Presidente di Unindustria, Carlo Alberto Carnevale Maffè, Docente dell'Università Bocconi, Michele Colombo di Colombo Design, Roberto Gaspari di Emea, Valter Caiumi di Holding Cifin, con la moderazione di Andrea Cabrini, Direttore di Class Cnbc, che hanno parlato sia di crescita culturale delle aziende sia di incentivi messi a disposizione delle stesse; testimonianze che hanno evidenziato come "decidere di non fare nulla significa condannare a morte la propria azienda per mancanza di innovazione". Con oltre 4300 visitatori e 2000 partite Iva COLFERT-expo 2017 si

è confermata una edizione da record.  
[www.colfert.com](http://www.colfert.com)

## SCILM



La Scilm S.p.A. di Cittadella ha festeggiato 40 anni di attività. Fondata nel 1977 da Loris Beghetto e Paolo Scudiero, oggi l'azienda, che produce componenti per il mobile, con focus nel mondo cucina, ha 150 addetti e un fatturato di gruppo di 40 milioni di euro. All'export è destinato il 40% della produzione con Spagna, Inghilterra, Francia, Germania come principali mercati dove Scilm è partner dei più importanti marchi manifatturieri.

Con lo stabilimento produttivo a Cittadella, il gruppo da qualche anno comprende la Oxidal di Albignasego e la EuroOrvel di Ancona. Dal 2011 Scilm America, l'azienda distributrice statunitense del gruppo, promuove nel mercato Usa la tecnologia made in Italy. Negli anni della crisi che ha colpito in modo significativo il settore edile Scilm ha saputo reagire, forte della propria solidità finanziaria, ponendo le basi per una ripresa che ora è a livelli pre-crisi. Scilm, che lavora con tutti i produttori di cucine, è a tutti gli effetti uno "sviluppatore" di prodotti assieme al cliente, da quando è stato inventato lo "zoccolo" per l'arredo delle cucine fino alle rifiniture in alluminio per ante, a scopo strutturale ed estetico.

"Abbiamo rivoluzionato la concezione dei mobili da cucina, mettendo a disposizione dei progettisti nuovi modi di costruire lo spazio dell'abitare - sottolineano Loris Beghetto e Paolo Scudiero -. Con innovazioni che hanno fatto diventare più funzionali, originali ed eleganti le proposte dei produttori, come lo zoccolo in plastica. Il futuro

per noi è continuare ad essere un'azienda-laboratorio che crea idee innovative, le sviluppa con la ricerca e le trasforma in componenti ad alto valore per le cucine e l'arredamento, attenta ad anticipare le esigenze del mercato”.

Foto: Piero e Loris Beghetto,  
Paolo e Serena Scudiero

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

## CARTIMBALLO



È nata da cinque fratelli e prosegue ora con otto cugini, di cognome Zamai. Cartimballo, importante azienda del packaging con sede a Falzè di Piave, è impresa familiare nel profondo del suo Dna e questo ha consentito di darle continuità e sviluppo. Quest'anno ha festeggiato i primi cinquant'anni di attività, con una festa insieme a tutti i collaboratori e amici il 14 ottobre.

“La famiglia – riconosce Vasco Zamai – è stata ed è la risorsa della nostra crescita. Siamo cresciuti insieme, lavorato insieme, condiviso preoccupazioni e successi. La nostra storia è anche quella del decollo industriale di questo territorio, con il quale il legame di fiducia è sempre stato stretto. Questo spirito lo sentiamo condiviso anche dai nostri collaboratori, alcuni dei quali sono anche essi alla seconda generazione in Cartimballo. Oggi siamo un grande gruppo, che fattura 11 milioni di euro e conta su una forza lavoro di 50 persone. Questa coesione è stata alla base anche della scelta di continuare ad investire gli utili in azienda per creare nuove opportunità, accogliere professionalità avanzate, crescere in mercati più ampi, anche a livello internazionale. Siamo stati, ad esempio, tra i primi a credere nelle tecnologie digitali, che oggi sono alla base del nostro settore”.

Cinque fratelli all'origine, Valentino, Agostino, Stefano, Pietro e Beniamino Zamai, che negli anni cinquanta avviano un'impresa di trasporti vendendo un terreno (con grande sofferenza del

padre Paolo) e acquistano un primo camion. Nel 1967 gli automezzi erano diventati otto e la ditta operava in Italia e in Europa. Quell'anno, giusto cinquant'anni fa, un'azienda cliente, la allora CartoPiave di Susegana, chiede ai fratelli di occuparsi della produzione di 'alveari' di cartone per le bottiglie di vino. Da qui la nascita della Cartimballo, che vede tutta la famiglia al lavoro insieme ad alcuni collaboratori. I risultati sono positivi e i fratelli Zamai decidono di dedicarsi all'attività industriale, lasciando gli autotrasporti agli autisti collaboratori. E fin dai primi anni si diversifica la produzione: accanto agli 'alveari' si iniziano a produrre piccoli lotti di scatole, con acquisto dei macchinari necessari, e poi le protezioni per elettrodomestici, con clienti come Zanussi, Candy, ZeroWatt e Ocean. Da Cartimballo escono grandi quantità di imballaggi (memorabile l'angolare in cartone “1300” del quale sono stati prodotti milioni di pezzi). E in quegli anni di grande sviluppo iniziano ad entrare, fin dai banchi di scuola, la seconda generazione con i cugini Gianpaolo e poi Gastone, Mirco, Maurizio, Dario, Claudio, Valter, Franco, Vasco, Luca e Marco. E accanto alla produzione di imballi in cartone, nel 1972 inizia quella di inserti in polistirolo. La fiorente industria del mobile diventa un nuovo fronte di sviluppo per l'azienda, che la porta ad espandersi nel Pordenonese con un impianto produttivo già nel 1982. Negli anni novanta inizia la produzione di espositori per punto vendita, con acquisto di nuovi macchinari dedicati e l'ingresso di figure professionali dedicate.

Nel 1997, dopo un grave incendio del reparto polistirolo, la famiglia Zamai decide di investire in un nuova sede produttiva, sempre a Falzè di Piave. Due anni dopo viene realizzato anche il nuovo stabilimento pordenonese, ad Azzano X, con il meglio della tecnologia allora disponibile.

La qualità di Cartimballo inizia a presentarsi anche nelle grandi fiere di settore, ricevendo importanti riconoscimenti. Nel 2006 inizia l'investimento nelle tecnologie digitali, acquisendo competenze specifiche nella produzione di piccoli lotti e nella realizzazione di allestimenti per punto vendita (stand, negozi, arredi). Nel 2009 viene acquisita, in compartecipazione

paritaria con la Ondulkart di Cessalto, un'azienda di Meduna di Livenza e successivamente viene ampliato lo stabilimento di Azzano X (che si dota anche di un impianto fotovoltaico) e nel 2014 acquisita un'impresa a San Vendemiano.

“In occasione del cinquantenario – conclude Vasco Zamai – la nostra famiglia ha deciso di farsi un regalo. Proprio in questi giorni è in corso il montaggio ad Azzano Decimo la nuova linea case-maker Bobst 924, una macchina di ultimissima generazione a 6 colori. È il nostro modo per guardare avanti con fiducia e trasmettere questo patrimonio di storia, competenze ed esperienze alle nuove generazioni”.

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

## METHODE

Advanced and Predictive Analytics, Big Data e IoT sono tematiche che suscitano molta curiosità ma allo stesso tempo sollevano dubbi e perplessità; le aziende infatti temono che l'effort richiesto non possa essere giustificato da risultati tangibili. La volontà di informarsi, di evolvere, si scontra con la difficoltà di comprendere come approcciare queste tematiche. L'adozione di Advanced Analytics viene frenata dagli ostacoli percepiti dall'azienda: complessità di gestione dei progetti, mancanza di figure competenti, costi e risultati non concreti.

Méthode, azienda di San Vendemiano che opera da più di 13 anni nel campo delle Advanced Analytics, supporta le aziende nell'innovazione dei processi di business attraverso un approccio graduale e condiviso, proponendo un vero e proprio “test drive” che permetta di definire una concreta tempistica di progetto, diffondendo una cultura aziendale basata su temi come Predictive Analytics e IoT, e introducendo un approccio Data Driven. Diego Sossai, Managing Partner Méthode, spiega il valore di questo approccio all'interno del contesto italiano: “Crediamo che il territorio in cui operiamo sia ricco di realtà dal grande potenziale; innovare i modelli di business aziendali e portare valore aggiunto supportando i decision maker attraverso le Advanced Analytics, è l'obiettivo che ci poniamo ogni volta che entriamo in contatto con un'azienda, a prescindere dalla dimen-

sione o dall'industry".

La mission di Méthode è diffondere una cultura Data Driven, e per questo prevede anche workshop, dedicati a prospect e clienti, dove si affrontano diverse tematiche spaziando in diversi campi di applicazione. Questi incontri si tengono anche nella nuova sede di San Vendemiano dove, si sta completando l'ampliamento su due piani del complesso del Quaternario II, creando ambienti più spaziosi e confortevoli sia per i suoi ospiti che per il suo team in continua crescita.

"Prevediamo di organizzare l'inaugurazione dei nuovi uffici entro fine anno, sarà un momento importante che vogliamo condividere con tutto il nostro team. I nuovi spazi ci permetteranno di accogliere i nostri ospiti, e di proporre business meeting per condividere il nostro approccio al fine di diffondere spunti e idee innovative", conclude Diego Sossai.

Nello scenario attuale della Digital Economy, la disponibilità e l'utilizzo di strumenti di Advanced Analytics diventa leva strategica che fornisce risposte alle domande di business; è richiesta un'evoluzione della propria cultura aziendale a tutti i livelli per riuscire a raggiungere gli obiettivi prefissati. La creazione di un disegno di business attraverso un "friendly" data driven approach getta le fondamenta per la costruzione di progetti complessi che porteranno vero vantaggio alle aziende. L'approccio Méthode facilita questo sviluppo basandosi sulla costruzione di progetti plasmati su ogni singola realtà, le Advanced Analytics sono la chiave per aprire le porte ad uno scenario di innovazione che porterà nuove opportunità di business.

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

## ULSS 2

Avviato ufficialmente a Treviso il Cantiere della Cittadella della Salute, il nuovo e moderno complesso ospedaliero lungo il Sile. La prima pietra è stata posata dal Presidente della Regione Luca Zaia con al suo fianco il Direttore generale dell'Ulss 2 Marca Trevigiana Francesco Benazzi.

Alla cerimonia erano presenti il Vescovo di Treviso Monsignor Gianfranco Agostino Gardin che ha benedetto la prima pietra, Parlamentari, Assessori e Consi-



glieri regionali della Marca, i Sindaci del territorio dell'Ulss 2, le Autorità civili e militari, dirigenti della sanità veneta. La nuova opera avrà una dimensione di 160mila metri quadrati e accoglierà mille posti letto, sarà realizzata con un investimento di 250 milioni di euro, per metà di fonte privata.

La Banca europea per gli investimenti (Bei) ha sottoscritto un prestito di 29 milioni di euro con Ospedal Grando S.p.A. per la costruzione e la messa in funzione della nuova Cittadella della salute di Treviso. L'accordo è stato reso possibile grazie al sostegno del Fondo europeo per gli investimenti strategici (Feis), cuore del cosiddetto "Piano Juncker" per gli investimenti in Europa. Il prestito finanzia la ristrutturazione di alcuni edifici esistenti e la costruzione di nuove strutture, fra cui un centro medico potenziato con circa mille posti letto e nuove unità di ricerca e logistiche. Il prestito sottoscritto il 27 luglio è integrato da un secondo prestito di 39 milioni di euro a favore dell'Ulss 2 della Marca Trevigiana per il finanziamento di una parte delle sovvenzioni pubbliche destinate al progetto. In tal modo, il sostegno complessivo della Bei alla nuova Cittadella della Salute arriverà a un totale di 68 milioni di euro. È la prima volta che i finanziamenti della Banca europea vanno a favore d'iniziative di impatto sociale.

"Grazie all'operazione - ha dichiarato il Vicepresidente dell'istituto Dario Scannapieco - migliaia di persone nella Regione Veneto beneficeranno di terapie e di infrastrutture mediche all'avanguardia e di ridotti tempi di attesa". "È una svolta storica: per la prima volta la Banca Europea degli Investimenti si impegna per un'iniziativa di questo tipo. La buona programmazione paga sempre. Il Veneto apre ancora una volta da pioniere una nuova via, ed è quella che porta dritta al futuro della sanità trevigiana", così il Presidente della Regione del Veneto commenta. "Anche l'entità della cifra - aggiunge il Gover-

natore - dimostra tutta la validità e l'importanza di un progetto che la Regione ha fortemente voluto e che la sanità trevigiana merita per la sua qualità. Le politiche di salute per tutti i trevigiani, ma anche per una parte importante del Veneto che trova nel Cà Foncello le risposte che cerca, hanno trovato il riconoscimento e la fiducia di un'entità rigorosa come la Bei - conclude il Presidente - che ringrazio per aver scelto Treviso e il Veneto come obiettivi del suo impegno finanziario".

[www.aulss2.it](http://www.aulss2.it)

## CAPPELLOTTO

Friulia, finanziaria della regione Friuli-Venezia Giulia, ha investito in Cappellotto S.p.A. di Gaiarine, azienda che produce allestimenti su veicoli industriali per l'aspirazione di scarichi fognari, di materiali secchi o polverosi, di materiali solidi, macchine per la pulizia idrodinamica della canalizzazioni e per il trasporto di rifiuti pericolosi. L'intervento di Friulia ha supportato un'operazione di riassetto azionario, attraverso la quale, Alberto Cappellotto, socio al 33%, ha acquisito il controllo della società, nell'ambito di un programma ricambio generazionale. L'operazione è stata finalizzata mediante un'operazione di semplificazione della compagine azionaria. Friulia ha partecipato con un investimento in capitale di circa 6 milioni di euro, per il 35%, grazie al quale è possibile sostenere la spinta allo sviluppo ulteriore sui mercati internazionali. Fondata nel 1953 dalla famiglia Cappellotto, l'azienda ha raggiunto un giro d'affari di 50 milioni di euro nel 2016 e, ad oggi, impiega circa 215 addetti suddivisi tra lo stabilimento trevigiano, i due di Fontanafredda (Pordenone) e nel nuovo sito produttivo di Verona, acquisito da poco ed esporta il 55% del proprio giro d'affari in oltre 50 Paesi.

L'operazione ha visto la partecipazione anche di diversi operatori bancari del territorio: Iccrea BancaImpresa e Bcc Pordenonese hanno organizzato la struttura del debito al servizio dell'acquisizione, con un'operazione di 14 milioni di euro, comprensiva anche di linee necessarie al sostegno del capitale circolante e degli investimenti. Inoltre, il progetto ha visto la presenza degli advisor legali SLC - Studio legale Campoccia, BM&A - Barel Malvestio & As-

sociati e Simmons & Simmons.

“Raccolgo il testimone di mio padre e dei miei zii che, assieme ai nostri collaboratori, con operosità e dedizione hanno costruito una solida realtà. Oggi ci troviamo ad affrontare nuove sfide e nuove opportunità. L’obiettivo è continuare a lavorare con passione in un contesto globale, valorizzando la ricerca del dettaglio e dell’innovazione per soddisfare le esigenze della nostra clientela”, ha affermato Alberto Cappellotto.

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

## MONTELVINI



Un progetto che racconta un legame speciale, quello tra Montelvini S.r.l. e Asolo. Un impegno dedicato alla “Città dei centro orizzonti”, simbolo di cultura, storia e bellezza, cuore della denominazione Prosecco Superiore Asolo Docg. Da queste premesse ha preso forma il progetto “Nel cuore di Asolo, un vigneto ritrovato”, la nuova sfida che Montelvini ha presentato ufficialmente il 7 ottobre nella sede del Comune di Asolo. Nella splendida Sala Consiliare, e alla presenza del Sindaco Mauro Migliorini che ha voluto testimoniare il proprio supporto, Alberto Serena, A.D. Montelvini, ha illustrato l’ambizioso progetto di recupero di un piccolo appezzamento vitato posizionato nel centro storico della città.

Un territorio dove l’uva è parte integrante del paesaggio da oltre due secoli, da quando la nobile famiglia Contarini, alla fine del 1600, possedeva questi terreni e fece edificare quella che oggi è conosciuta come “Villa degli Armeni”. È infatti su Villa Contarini, sul celebre giardino all’italiana di Villa De Mattia, che si affaccia il “Vigneto ritrovato”, sorta di Cru di mezzo ettaro in cui, grazie all’impegno di Montelvini, si lavorerà al recupero del genoma della pianta originale, per andare ancor più a fondo, alle radici della storia e del cuore del Prosecco Superiore e dell’Asolo Docg.

Una denominazione di cui la cantina di Venegazzù si fa portavoce del mondo, poiché è in queste terre che, da oltre 135 anni, la famiglia Serena è impegnata nella produzione di vini d’eccellenza, con l’obiettivo di promuovere la qualità di un territorio unico nel panorama enologico italiano. L’Asolo Docg è infatti l’unica denominazione del Prosecco che può vantare nel disciplinare la versione Extra Brut, poiché solo qui il terreno e il microclima regalano al vino struttura e salinità uniche. Una tipologia nella quale Montelvini crede da sempre e che oggi interpreta il più alto concetto di qualità della cantina.

Lo spirito del progetto di recupero firmato Montelvini appare chiaro fin dal titolo “Nel cuore di Asolo, un vigneto ritrovato”, che vuole esprimere anzitutto il senso di appartenenza al territorio e lo stretto legame con Asolo. L’impegno di Montelvini si fonde, dunque, con la consapevolezza che questo spazio urbano verde, incastonato tra natura e città, appartiene prima di tutto ad Asolo, alla sua storia, alla sua bellezza. In questo senso, il vigneto a pochi passi dalle antiche mura cittadine è un giardino dal valore inestimabile, che sarà “ritrovato” per divenire patrimonio di tutti.

L’intera filosofia del progetto è guidata dal desiderio di approcciare al recupero di questa antica vigna con grande delicatezza, attenzione, ascolto, pensiero, con uno sguardo moderno che valorizzi il passato. La rivalorizzazione coinvolgerà infatti uno spazio strettamente connesso con la vita delle persone, la storia della città, il paesaggio. Da qui l’esigenza di creare un gruppo di lavoro multidisciplinare, capace di realizzare un progetto così ambizioso. Alla presentazione hanno infatti preso la parola: Adriano Marangon di MADE associati, studio di architettura e paesaggio; Elisa Angelini del Crea – Vit Centro di ricerca per la viticoltura di Conegliano; il Professor Manlio Brusatin, architetto, docente universitario e storico del territorio; Davide Genovese dello studio associato Progetto Natura; Marco Pavan, documentarista. Un pool di professionisti che, ognuno con la propria competenza, ha spiegato ai presenti come avverrà il recupero di questo lembo di Asolo, un angolo in cui storia, cultura enologica, architettura e paesaggio si incrociano da secoli.

Il vigneto ha un’estensione di circa 3000 mq con circa 80 piante prevalentemente di Glera. L’impianto che verrà realizzato sarà scelto in base ai risultati ottenuti dalla ricerca del Crea. La forma di allevamento prevista è quella a Sylvoz, tipica della zona. Vista la posizione del vigneto è previsto il completo inerbimento, per evitare fenomeni erosivi. I lavori sono iniziati tra ottobre e novembre con la mappatura, le analisi fitosanitarie e l’identificazione varietale; la messa a dimora delle barbatelle nel “Vigneto ritrovato” è prevista per marzo 2010 e la prima produzione effettiva a settembre 2022. L’arrivo sul mercato delle prime bottiglie del “Cru vigneto ritrovato” sarà a marzo 2023.

Montelvini ha lanciato anche un ampio progetto, “Alleati in Vigna”, di condivisione dei valori aziendali dedicato a wine lovers, appassionati e consumatori che vorranno scoprire le bollicine firmate Montelvini grazie alla collaborazione di 400 partner in tutto il Bel Paese. Grazie ad una serie di accordi con i più celebri locali del territorio italiano, è stato possibile fin dall’estate di quest’anno conoscere la selezione che rappresenta l’eccellenza Montelvini: la collezione Serenitatis, nata per celebrare il fascino esclusivo ed il lato più austero dell’Asolo Prosecco Superiore Docg, esaltando al massimo la freschezza e il carattere del vitigno glera.

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

## DE’ LONGHI

Il 28 luglio il Consiglio di Amministrazione di De’ Longhi S.p.A. di Treviso ha approvato i risultati consolidati del primo semestre 2017. I ricavi sono arrivati a 827,6 milioni di euro, in crescita del +7,2% rispetto al primo semestre 2016, il Margine industriale netto è in crescita a 396,3 milioni (+3,8%), l’Ebitda a 103,5 milioni, e l’utile netto di competenza del Gruppo sale a 56,2 milioni di euro, in crescita del +13,6% rispetto ai 49,4 milioni del primo semestre 2016. La Posizione finanziaria netta è positiva per 131 milioni, e considera il pagamento dei dividendi, i maggiori investimenti e l’acquisizione del 40% del gruppo svizzero Eversys.

Tutte le aree geografiche risultano in crescita, in particolare l’area APA (Asia-Pacific-Americas) al +12% e l’Europa al +5,9%, seguite dall’area MEIA

al +2,5%; dal punto di vista dei segmenti di prodotto spicca il caffè (ricavi +16%) Nell'area Asia-Pacific-Americas (ricavi +12%, 7,3% in termini organici) risultano particolarmente dinamici il mercato nordamericano, con ricavi in crescita a doppia cifra, insieme a Greater China, Australia e Nuova Zelanda e Giappone, in crescita "high-single-digit"; contribuiscono alla crescita tutte le principali categorie di prodotto, come il comparto caffè, i prodotti a marchio Braun ed il condizionamento portatile. In Europa (ricavi +5,9%, +5,5% in termini organici), prosegue il buon trend dei mercati dell'area Est Europa, in crescita a doppia cifra, e della Russia, in crescita anche in termini organici per una sensibile accelerazione dei volumi di vendita e l'espansione dei canali di vendita. In crescita anche i ricavi di Germania, Francia, Penisola Iberica, Svizzera e Turchia.

In deciso miglioramento il trend in area MEIA (Middle East-India-Africa), risultata in crescita nei primi sei mesi del 2017 (+2,5%, -1,4% in termini organici) grazie all'andamento del secondo trimestre. A tale risultato concorrono, tra gli altri, il mercato egiziano e gli Emirati Arabi Uniti.

L'analisi dei ricavi per linea di prodotto mostra il deciso sviluppo delle macchine per il caffè, in crescita del +16% nei primi sei mesi del 2017 ed in accelerazione nel secondo trimestre. A sottolineare il successo dell'offerta del Gruppo in questo segmento, tutte le principali categorie risultano in crescita, a partire dalle macchine per il caffè espresso superautomatiche e manuali, passando ai sistemi a capsule, grazie ai nuovi accordi di distribuzione Nespresso in Nord America e Svizzera e al sistema Nescafé Dolcegusto, per finire con le macchine per caffè filtro, grazie ai prodotti a marchio Braun. Nel segmento dei prodotti per la cottura e la preparazione dei cibi, il marchio Braun continua il suo percorso di crescita e si conferma leader mondiale nella categoria hand blender, sospinto dalle vendite in Asia e Nord America. Sono complessivamente in crescita anche i ricavi del segmento "comfort"- condizionamento e riscaldamento portatile.

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

## FASSA BORTOLO



Fassa Bortolo S.p.A. di Spresiano ha messo a segno una combinazione virtuosa di acquisizioni mirate, tutte Made in Italy. Per l'azienda quello in corso è un anno davvero straordinario, consolidato con importanti acquisizioni: Calce Barattoni S.p.A., Q Mix S.r.l., Impa S.p.A. e Vilca S.p.A. Calce di purissima qualità per due di queste aziende, una delle quali marchio storico in Italia, che saranno oggetto di immediato revamping produttivo per l'utilizzo di combustibili eco-compatibili e l'adeguamento agli standard Fassa degli impianti produttivi, che saranno rivisti in chiave competitiva e dotati delle migliori tecnologie produttive. Core business per la veronese Q Mix, azienda che produce intonaci premiscelati a base di calce idraulica naturale, leganti, e prodotti per bioedilizia. Colori e finiture particolarissime, infine, per l'acquisizione di una delle aziende più qualificate del mercato nazionale delle pitture, smalti e vernici per interni ed esterni sia dell'edilizia che dell'industria, Impa S.p.A., impresa di circa 100 persone con sede a San Pietro di Feletto.

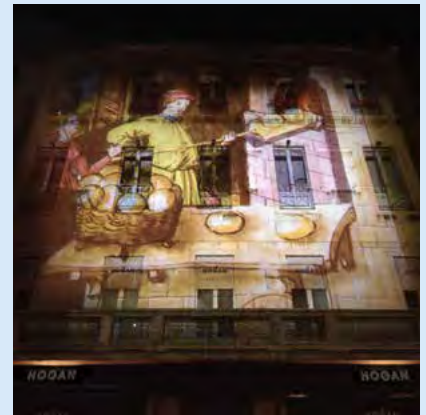
Con l'entrata in portafoglio di queste aziende Fassa Bortolo arriva ad un totale di 5 siti produttivi di calce, con una capacità produttiva di 2500 tonnellate giornaliere ed un ampliamento di servizio e di gamma alla clientela che oggi è, fortunatamente, sempre più esigente. Una strategia sulla cui bontà si è espressa senza indugi anche la Banca Europea degli Investimenti (Bei), che ha offerto un finanziamento di 40 milioni di euro a sostegno degli investimenti e che in parte potrebbero essere utilizzati in questi progetti. Le politiche di sviluppo di Fassa Bortolo si traducono in una crescita del fatturato che dovrebbe arrivare a fine 2017 a 370 milioni di euro, per raggiungere poi i 400 milioni nel 2018 mettendo a regime le aziende acquisite. Confortanti anche le cifre sul fronte dell'occupazio-

zione che ha visto un incremento (negli ultimi 2 anni e al netto delle recenti acquisizioni), con 49 nuove assunzioni di cui 29 under 30 per un totale di oltre 1.000 collaboratori che oltrepasseranno i 1.400 se nell'organico si includono anche le aziende acquisite e la forza vendita.

Per il Presidente del Gruppo Paolo Fassa: "Nonostante la crisi generalizzata dell'edilizia la nostra azienda ha saputo distinguersi reagendo con professionalità, coraggio e grande determinazione. I nostri clienti ci riconoscono la leadership che ogni giorno ognuno di noi è felice di confermare lavorando seriamente. Le soluzioni, le risposte, la vicinanza ai nostri clienti sono il motore della nostra passione. Ora stiamo mettendo a fuoco altri nuovi progetti all'estero, e siamo convinti che la crescita che abbiamo consolidato in questi nove anni di crisi in Italia ci permetterà di raggiungere altri prestigiosi traguardi".

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

## DRAWLIGHT



Drawlight è stata protagonista dal 16 al 26 settembre di Milano XL, la settimana della moda e la festa della creatività italiana, con un progetto innovativo e coinvolgente, tributo alle eccellenze del "saper fare" che ha animato le strade del centro di Milano.

Targate Drawlight due delle sei spettacolari installazioni nei luoghi cult della moda che hanno trasformato la città in uno storytelling a cielo aperto delle arti e dei mestieri che rendono inimitabile il made in Italy nel mondo, per offrire al grande pubblico uno spaccato della creatività della manifattura italiana. Le installazioni, realizzate da realtà e artisti di grande prestigio e fortemente

evocative, sono il risultato del geniale progetto voluto dal direttore creativo, Davide Rampello. “Dopo la bellissima esperienza di lavoro svolto insieme per Panorama 360 realizzato per Expo 2015, ho deciso di lavorare nuovamente con il team DrawLight anche per la prima edizione di Milano XL – ha sottolineato Rampello – Un progetto che mira a valorizzare l’arte e il talento a volte sconosciuto che sta dietro al mondo della moda”. “Siamo orgogliosi ed entusiasti di aver nuovamente lavorato con Davide Rampello e la Fondazione Altagamma al progetto Milano XL – ha affermato Alberto Gentilin, Key Account DrawLight –. “Un evento unico nel suo genere, ricco di sfide tecniche e creative che il nostro team ha affrontato con incredibile passione, unendo differenti professionalità e competenze. Sul piano tecnico ci siamo confrontati con una location complessa come via Montenapoleone, cuore nevralgico della moda milanese, e con la progettazione dei nove differenti video mapping che hanno preso vita nelle diverse facciate delle migliori boutique della celebre via. La sfida più grande è stata la creazione dei contenuti dei nove diversi storytelling immersivi. Abbiamo così dato vita a un viaggio attraverso le opere d’arte che nei secoli hanno celebrato le nostre eccellenze italiane rendendole magnifiche agli occhi del mondo”.

“Milano XL ci ha dato la possibilità di celebrare la creatività e l’eccellenza Made in Italy, valori in cui crediamo profondamente e che giorno dopo giorno esaltiamo nei nostri progetti – ha sottolineato Mick Odelli, founder e CEO di DrawLight. Le due installazioni che abbiamo prodotto Dalla Bottega alla Vetrina, Il Cinema delle Arti e dei Mestieri in via Montenapoleone e Vestire il Volto in Piazza San Carlo, hanno coinvolto i visitatori in uno storytelling immersivo alla scoperta delle radici del saper fare artigiano e manifatturiero che ci rende famosi in tutto il mondo. In via Montenapoleone la tradizione secolare delle arti e dei mestieri grazie alla tecnologia e al potere dei media immersivi. In Piazza San Carlo tre video-proiezioni hanno celebrato l’occhiale, con una narrazione dall’inizio del Novecento fino ad esprimere il ruolo che riveste questo accessorio nella contemporaneità come oggetto quotidiano capace di definire lo stile e l’identità di ognuno”. Partners di

Milano XL Comune di Milano, Ministero dello Sviluppo Economico, Fondazione Altagamma, Confindustria, ICE – Italian Trade Agency con l’ideazione e la direzione creativa di Davide Rampello.

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

### IWIS

Fare rifornimento alla propria auto elettrica nell’attesa di ripartire non sarà più un problema, non solo per i dipendenti ma anche per i fornitori e più in generale per gli ospiti di IWIS, la holding basata a Vittorio Veneto alla quale fanno capo tra le altre anche Tema, Tegola Canadese, FI-VE e Geobitech, che si occupa di efficientamento energetico per edifici residenziali, commerciali e industriali, pubblici e privati. L’installazione della nuova colonnina va a inserirsi nel circuito veneto assieme alle 15 trevigiane già esistenti. La novità però consiste nel fatto che tale colonnina verrà alimentata da energia “pulita”, cioè prodotta mediante Tegosolar, le innovative tegole fotovoltaiche con le quali sono stati ricoperti la sede produttiva di Vittorio Veneto e parte degli stabilimenti italiani del Gruppo.

“Siamo orgogliosi di mettere a disposizione dei nostri collaboratori e degli ospiti, gratuitamente, l’energia per ricaricare l’auto. Un’operazione che segna un piccolo ma significativo passo per incentivare la cultura della sostenibilità e dell’attenzione all’ambiente in cui viviamo. È un punto che caratterizza il nostro modo di fare impresa – spiega il marketing manager Alessandro Mazzer, figlio di Luciano Mazzer, Presidente del Gruppo – siamo un’azienda che si distingue per impegno e attenzione alla salute dell’uomo e dell’ambiente, basti pensare che oltre il 50% dei nostri consumi energetici viene destinato al funzionamento del sistema di depurazione e filtrazione dell’aria. Attenzione che ci è valsa la possibilità di ottenere, tra i primi, la certificazione ambientale Iso 14001. A ciò si aggiunge il fatto che in azienda non si utilizzano materie nocive per l’uomo o l’ambiente”.

Oltre a Tegosolar, in tema di sostenibilità va ricordato anche il progetto Acti Roof, che vede l’impiego di tegole fotocatalitiche capaci di trasformare gli agenti inquinanti presenti nell’atmosfera (lo smog) in sali atossici, grazie alla sola azione

della luce solare. In quest’ottica di rispetto ambientale e uso di energia pulita e rinnovabile, va da sé che l’azienda ha iniziato a sostituire il parco auto aziendali con mezzi elettrici. La prima automobile ha trovato modo di “dissetarsi” con energia pulita davvero, proveniente cioè dal sole. Non manca però una “auto-provocazione”: alcune auto aziendali con motore tradizionale viaggeranno con la faccina triste, perché non possono andare ad energia davvero pulita generata da Tegosolar.

Il Gruppo Iwis conta 14 filiali, 120 centri di distribuzione e 15 insediamenti produttivi nel mondo con 310 collaboratori in Italia e 660 all’estero (e 5000 ore dedicate alla formazione nel 2016). Presente in 70 Paesi, conta complessivamente su 35 tra brevetti di prodotto, brevetti di sistema industriale e marchi registrati. Dai suoi impianti escono 10 milioni di m3 di aria reimmessa in circolo ogni giorno dopo la depurazione e 1400 KW prodotti ogni ora (600 da fotovoltaico). 14mila i container movimentati ogni anno (4.500 in Italia, 9.500 all’estero) per un fatturato che ha raggiunto nel 2016 i 120 milioni di euro

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

### GOPPION



Il caffè Nativo di Goppion S.p.A., il primo caffè in Italia certificato da Fairtrade, ha compiuto 20 anni. Nel 1987 l’azienda di Preganziol per prima in Italia ha iniziato a produrre caffè importato dal Sud del mondo, sulla base dei principi del commercio equo solidale, per conto di una realtà divenuta “L’Altro Mercato”.

Dieci anni dopo, nel 1997, da questa esperienza è nato Nativo certificato da CCPB e Fairtrade. “Nativo è un pro-

dotto che nel tempo ci ha dato sempre maggiori soddisfazioni – spiega Paola Goppion, Responsabile Marketing di Goppion Caffè – e che tiene vivo, giorno dopo giorno, l'orgoglio di essere stati i primi in Italia a tostare caffè proveniente da piantagioni protette da una certificazione attiva nel mondo del commercio giusto, nuovo, etico. Ci piace festeggiare questo compleanno con le parole di Fabio Salviato, fondatore di Banca Etica e promotore del commercio equo in Italia, che nel suo libro *Ho sognato una banca*, dedica un capitolo al primo incontro con la nostra azienda. Un incontro divenuto una bella collaborazione. La sua frase: una tazzina di caffè può salvare il mondo”.

Il primo caffè certificato Fairtrade in Italia ha anche un altro primato. Nel 1999 vince infatti un premio per il packaging: una dedica alla pittura messicana dei primi decenni del Novecento con i toni caldi dell'arancione e del rosso. Una novità nel packaging di quegli anni in cui, soprattutto per il mondo biologico, le grafiche erano monocromatiche. Il premio è andato anche ai contenuti: nel logo con il nome Nativo convivono la certificazione organica, quella etica (all'epoca era ancora Transfair) e il 100% Arabica. Per questi motivi l'agenzia pubblicitaria Bianchi & Kerrigan di Conegliano con la direzione creativa di Fabio Fedrigo è salita sul podio per il Grand Prix Design – Brand Identity – riconoscimento assegnato dall'Art Directors Club Italiano. La miscela del Nativo è composta di caffè 100% Arabica centroamericano. Il gusto è aromatico, il corpo leggero, dal basso contenuto di caffeina. Nel Decaffeinato l'estrazione avviene con il sistema naturale a mezzo di CO2.

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

## MOM

L'Assemblea dei Soci di Mobilità di Marca S.p.A. ha approvato il 23 giugno il bilancio di esercizio 2016, che fa registrare un risultato economico ancora una volta positivo e un ulteriore consolidamento patrimoniale. L'utile netto supera gli 81mila euro (in linea con il 2015), su un valore della produzione che ha superato i 52 milioni di euro (+1,3%). Oltre 17 i milioni di chilometri percorsi per i servizi urbani ed extraurbani in concessione. Va evidenziato che

pesa sul margine operativo netto l'ammortamento di 653mila euro annuali relativo all'avviamento generatosi in sede di costituzione di MoM attraverso la fusione delle quattro società originarie: senza questo costo di avviamento l'utile di esercizio avrebbe abbondantemente superato i 700mila euro.

I ricavi caratteristici sono aumentati (+1,25 milioni di euro) contribuendo al buon risultato complessivo del valore della produzione (+0.66 milioni di euro). Gli introiti da vendita di titoli di viaggio sono cresciuti del 2,5% (+ 414.351 euro), passando da 16,7 milioni a 17,1 milioni di euro. Tale risultato va imputato solo in parte all'incremento della popolazione scolastica (e quindi degli abbonamenti), una parte significativa si deve invece all'importante azione di contrasto all'evasione attraverso la presenza di un maggior numero di agenti accertatori. Il sistema sanzionatorio lungi dall'essere vessatorio, ha invece innescato un meccanismo virtuoso di incremento degli acquisti dei titoli di viaggio. Nonostante l'incremento dei costi del personale, per effetto anche dei conguagli legati all'entrata in vigore del nuovo contratto collettivo e l'assorbimento dei costi derivanti dalla fusione di CTM Servizi S.r.l., il margine operativo lordo si discosta di poco da quello dell'esercizio precedente grazie al calo dei costi di gestione. Si tratta di una diminuzione di 137mila euro, ad esempio, sul fronte dei costi per il godimento di beni di terzi e di 683mila euro per l'acquisto di materie prime, segnali positivi di un efficientamento su cui insiste anche il Piano Industriale 2017/2019.

Il 2016 ha registrato tra le operazioni straordinarie la fusione per incorporazione delle società CTM Servizi S.r.l. e Marca Riscossioni S.p.A., con conseguente aumento di capitale da 1,5 milioni. Le ripercussioni di questa operazione si sono fatte sentire su diversi capitoli di bilancio in quanto l'efficacia della fusione è stata retrodatata al 1 gennaio: dall'aumento dei costi del personale all'incremento di 516mila euro per la gestione servizi (trasporto scuolabus nella Castellana), dall'aumento dei ricavi all'assorbimento del risultato negativo conseguito fino alla data di fusione. Dal punto di vista dell'Attivo patrimoniale troviamo l'incremento delle immobilizzazioni per effetto dell'incameramento del terreno, valore da oltre

mezzo milione di euro, dove verrà realizzata la nuova officina-deposito di Castel Franco Veneto.

Il Bilancio 2016 conferma quanto MoM sia oggi una realtà solida. Sfiora i 4 milioni di euro la disponibilità di liquidità in cassa, un punto di forza che si concretizza nella capacità di far fronte ai pagamenti verso fornitori in maniera puntuale, nonostante i ritardi anche di molti mesi nella liquidazione dei contributi pubblici per l'esercizio del Trasporto Pubblico Locale. Basti dire che il 95% dei contributi (7,7 milioni) relativi all'ultimo quadrimestre 2016 sono stati incassati solo nel 2017. Nonostante questo, MoM non ha necessità di ricorrere al credito delle banche e, anzi, ha dimostrato di saper sostenere con le sue forze importanti investimenti. Nell'arco del 2016 sono stati messi in strada 17 autobus green, sono stati investiti 400mila euro in manutenzioni straordinarie e migliorie agli automezzi e investiti 200mila euro in tecnologie (dalla sala controllo esercizio, all'infomobilità alla bigliettazione automatica).

“Possiamo affermare che la società è sana ed efficiente e che deve continuare a crescere nei fattori produttivi migliorando ancora le sue performance – ha detto Giacomo Colladon, Presidente di Mobilità di Marca – solo così le ambiziose e inevitabili sfide che ci aspettano potranno essere colte con successo”. Va sottolineato che il taglio al Fondo Nazionale per il Trasporto pubblico nel 2017 comporterà per il Veneto una riduzione dei contributi in conto esercizio per un ammontare di oltre 12 milioni di euro, nonostante le aziende del trasporto pubblico venete abbiano, a livello nazionale, indici di efficienza e produttività tra i più elevati. Le minori risorse a disposizione (oltre 1 milione di euro stimato per MoM), rappresentano una criticità cui si farà fronte intervenendo nell'organizzazione e nella gestione di personale, mezzi e servizi. “Rifiutiamo però la logica del mantenimento dello status quo: MoM è nata per cambiare il servizio alla mobilità dei trevigiani e – prosegue il Presidente Colladon – potrà farlo solo continuando ad investire nel campo della logistica, della tecnologia e dei nuovi mezzi. Il piano industriale 2017/2019 ha messo nero su bianco investimenti ambiziosi che consentiranno di rispon-

dere alle aspettative degli utenti e di conquistare nuovi spazi nel panorama del trasporto pubblico locale”. Nel primo semestre 2017, inoltre la società ha fatto fronte ad anticipazioni di cassa per 14 milioni, relativamente ai crediti non ancora erogati.

Va ricordato che, entro il 2018, Mobilità di Marca è impegnata nella gestione di bandi di gara per 14 milioni di euro relativi ad investimenti per la mobilità sostenibile, in parte finanziati dal Por Fesr della Regione Veneto. “Gli obiettivi strategici approvati dal Consiglio di Amministrazione ci vedono in quest’anno impegnati nella predisposizione della gara per il nuovo contratto di servizio che rappresenta un grande sforzo sotto il profilo delle competenze e delle risorse umane in campo – conclude il Presidente di MoM -. Inoltre, sempre sul fronte interno, il processo di recupero di produttività sarà implementato ulteriormente anche attraverso una contrattazione a livello aziendale che introdurrà nuove forme premiali in base ai risultati”.

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

## ELECTROLUX



Lo stabilimento Electrolux di Susegana è salito sul gradino più alto del podio ottenendo la certificazione ‘Platinum’ con le prestigiose 4 stelle Green Spirit, il livello più alto nell’ambito del Green Spirit Assessment, un sistema interno di certificazione del Gruppo, sviluppato per valutare annualmente le prestazioni in termini di riduzione dei consumi di energia e acqua di ogni singolo stabilimento.

La certificazione Platinum, 4 stelle, è l’importante risultato frutto di un lavoro di gruppo attento e coordinato che ha permesso di raggiungere e superare gli obiettivi aziendali.

“Sono orgoglioso del risultato che il team e la fabbrica hanno raggiunto nel programma Green Spirit. L’ambiente in cui viviamo è uno dei beni più preziosi che abbiamo e dobbiamo sforzarci per

preservarlo. Noi come fabbrica siamo consapevoli di avere una forte responsabilità e questo ci motiva e ci impegna a realizzare le attività che sono necessarie per raggiungere tutti gli obiettivi previsti nel programma”, ha commentato Maximilian Jessula, Direttore dello stabilimento Electrolux di Susegana. Tra le principali attività implementate nel 2016 che hanno permesso di ottenere la certificazione vi sono l’installazione delle luci a led in tutto lo stabilimento, il recupero dell’acqua delle sale climatiche della progettazione, la realizzazione dei suggerimenti effettuati dai lavoratori. Il programma Green Spirit, avviato nel 2007, è stato sviluppato con piani quinquennali secondo la logica del miglioramento continuo. Per questo lo stabilimento è già impegnato per migliorare ulteriormente le proprie performance. Oltre alle attività in corso per il 2017, il team Green Spirit di Susegana ha iniziato il percorso per arrivare nel 2018 alla certificazione Iso 50001 “Sistema di gestione dell’energia”, che permetterà di analizzare il consumo di energia ed ottenere delle opportunità di miglioramento del rendimento energetico. Altro obiettivo per il 2018 sarà quello di sfruttare la digitalizzazione per implementare un sistema gestionale che, in tempo reale, visualizzi il consumo energetico dello stabilimento e l’andamento dei KPI (Key Performance Indicators), gli indicatori di performance. La sostenibilità è al centro dello scopo e del modello di business del Gruppo Electrolux che si è posto l’obiettivo di dimezzare il proprio impatto ambientale riducendo le emissioni di CO2 del 50% dal 2005 al 2020. Inoltre, attraverso il programma For The Better ha identificato 9 aree principali che contribuiranno ad apportare dei miglioramenti alle proprie soluzioni, attività e alla società, rendendo la sostenibilità ancora più parte integrante dell’attività di business di Electrolux.

Il Gruppo Electrolux ha annunciato a giugno l’acquisizione di Best S.p.A. di Cerreto d’Esi (Ancona), un produttore di cappe per cucina innovative e dall’ottimo design. L’acquisizione permette ad Electrolux di sviluppare un’offerta completa di soluzioni per la cottura da incasso e supporterà ulteriormente la crescita a lungo termine nella regione. Best ha registrato nel 2016 un fatturato di 42 milioni di euro con 450 dipen-

denti principalmente nei siti produttivi di Cerreto d’Esi e Zabrze (sud della Polonia). L’azienda fa parte di Broan-NuTone LLC, produttore e distributore Nord-americano di prodotti per la ventilazione residenziale.

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

## ESPIÙ

Nel processo di crescita delle attività di ricerca e sviluppo che hanno investito EsPiù S.r.l. negli ultimi anni, si inserisce il nuovo servizio di analisi e gestione dell’aria compressa che è andato consolidandosi nel tempo.

Partendo proprio da richieste specifiche arrivate da aziende clienti, EsPiù S.r.l. di Oderzo ha affinato il proprio servizio di Energy Management sviluppando le proprie conoscenze e competenze nell’ambito dell’aria compressa.

Per quanto questo tema sembri apparentemente non avere attinenza con l’efficientamento energetico, ne è in realtà il fulcro principale: efficienza energetica vuol dire risparmio economico ed energetico a 360 gradi: il risparmio derivante da una buona gestione dell’aria compressa all’interno di un’azienda non può perciò essere sottovalutato, soprattutto se gli sprechi che si rilevano risultano essere consistenti e i risparmi energetici e di conseguenza economici tangibili.

L’aria compressa, nelle aziende industriali, ha ormai assunto lo status di “terza utility” dopo energia elettrica e gas. I suoi costi di produzione sono elevati, ma l’aria compressa è un vettore forte delle sue caratteristiche di essere una risorsa pulita, disponibile in tempi rapidi, di facile utilizzazione e sicura.

Il problema che attanaglia questa risorsa sono le perdite:

- il 40% della produzione totale di aria compressa è rappresentata da perdite;
- più del 90% dell’energia elettrica consumata per la generazione di aria compressa viene dissipata, in particolar modo sotto forma di calore;
- solo il 4% di tale energia viene convertita in energia meccanica trasportata dal fluido.

In realtà industriali, come quelle che caratterizzano il territorio trevigiano e per le quali l’aria compressa rappresenta un elemento fondamentale per lo svolgimento dei processi aziendali, gli sprechi non possono e non devono essere sottovalutati, soprattutto quan-

do i benefici ottenibili anche solo con interventi basilari sono superiori ai costi, in termini ambientali ed economici. L'obiettivo che EsPiù si è posta, nello sviluppare tale tipo di servizio, è stato quello di riuscire a rilevare e valutare le perdite negli impianti di distribuzione dell'aria compressa e di fornire indicazioni utili per l'eliminazione delle stesse. Il primo passo è stato, e deve essere per tutte le aziende, quello dell'Audit Energetico preliminare con il monitoraggio dei consumi dei compressori, della portata di aria generata, della pressione di generazione e del funzionamento a vuoto/carico. Il sistema di misura messo in atto in questo campo, ha permesso di monitorare anche da remoto tutti i dati più significativi relativi agli impianti analizzati: assorbimento elettrico, portata e pressione dell'aria compressa. Tale analisi preliminare ha permesso di identificare le criticità e le anomalie degli impianti intervenendo in modo puntuale per eliminare gli sprechi: solo con questo tipo di intervento, il risparmio immediato riscontrato è stato del 10- 15 % sul costo annuo di generazione dell'aria compressa.

Piccoli interventi localizzati permettono infatti di ottenere risparmi fin da subito senza grossi esborsi da parte del cliente. Una buona conoscenza del funzionamento del proprio impianto e una buona manutenzione sono il primo passo per iniziare ad risparmiare.

Il secondo step riguarda l'analisi da remoto delle performance degli impianti. Avvalendosi dell'installazione di strumenti di misura selezionati e di ultima generazione, è possibile tenere sotto controllo le performance degli impianti, analizzandone in tempo reale l'andamento dei consumi e verificandone il corretto funzionamento, riuscendo ad accorgersi di eventuali anomalie che l'impianto può presentare, in modo da poter intervenire prontamente. Una reportistica ideata e realizzata ad hoc, permette infine di controllare sistematicamente le performance degli impianti di aria compressa monitorati.

Combinando questo servizio con il controllo dei consumi di energia elettrica e del gas, EsPiù permette alle proprie aziende clienti di avere una visione d'insieme, ma allo stesso tempo puntuale, della propria realtà energetica, rendendole coscienti e attente alle proprie esigenze. [www.espiu.it](http://www.espiu.it)

## SPAZIO INFORMATICO

Dal 1 gennaio 2017 è entrata in vigore la Dematerializzazione dei registri vitivinicoli. Un iniziale periodo di accompagnamento voluto dal Ministero delle Politiche Agricole ha permesso agli operatori del settore vitivinicolo di avvicinarsi gradualmente all'invio telematico dei registri.

Spazio informatico di Conegliano ha accompagnato nell'avvio del progetto sia gli storici clienti sia quelli acquisiti recentemente, offrendo un'attività di formazione ed assistenza altamente professionale dalla richiesta delle credenziali al corretto inserimento dei dati ed invio delle operazioni di cantina al SIAN, con documentata soddisfazione da parte delle aziende. L'obiettivo principale di trasmettere fiducia e di fornire un software facile ed intuitivo è stato raggiunto anche grazie ad un dialogo costruttivo con gli operatori del settore, che ha permesso di sviluppare in Ampelide automatismi vari per diminuire il più possibile le incombenze di caricamento manuale.

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

## LINEA LIGHT



Diphy di Linea Light Group S.r.l. di Vazzola, azienda leader nella ricerca e nello sviluppo di applicazioni, tecnologie e design di apparecchi per l'illuminazione, è stata scelta e inclusa nei 204 prodotti che concorreranno, insieme a quelli selezionati nel 2016, al XXV Compasso d'Oro ADI 2018, che premia in maniera esclusiva i progetti preselezionati e inseriti all'interno dal prestigioso volume ADI Design Index pubblicato nei due anni precedenti. Diphy è la soluzione luminosa della collezione Material&Design Lighting è composta da una sottilissima barra di alluminio verniciato bianco che ospita al suo interno la sorgente Led. L'la lampada, grazie alla trasparenza del diffusore in PMMA impreziosito dal caratteristico pattern di microincisioni al laser del sistema OptiLight Technology™, distribuisce la luce nel piano sottostante, facendola risultare così morbida e priva di abbagliamento, dando una percezione totale di comfort visivo. Sempre Diphy aveva ottenuto il premio speciale come Miglior prodotto innovativo per Diphy ai Venetian Smart Lighting Award 2017, il 20 luglio a Villa Ca' Marcello di Piombino Dese, giunto alla sua seconda edizione e lanciato dalla Rete di Imprese Luce in Veneto. La giuria, composta da lighting designer e altre personalità legate al mondo della luce, ha premiato non solo gli aspetti estetici dei prodotti candidati ma anche la loro funzionalità e tecnologia.

All'estero, Linea Light ha collaborato al progetto illuminotecnico per il nuovo emporio di Bloomingdale's a Kuwait City, inaugurato nel marzo scorso, in un edificio che si estende per 8.600 metri quadrati e si compone di tre spaziosi piani che ospitano grandi sale espositive e negozi, appartenenti a celebri brand di moda, bellezza e design. Il progetto illuminotecnico, curato dallo studio di lighting design inglese Nulty+, ha visto l'utilizzo di articoli Linea Light come il profilo ad incasso Creek, che si presenta come una struttura priva di cornice esterna, permettendo così massima flessibilità, Edith custom, plafone modulare posto nel controsoffitto, presenta sorgente topLED e diffusore in PMMA opalino, che garantiscono eccellenti livelli di luminosità in consumi contenuti e il profilo Ice-Cut, che si contraddistingue per un'emissione perfettamente uniforme in soli 10 mm di spessore. L'ar-

ticolo è stato progettato per far uscire i cavi dal lato inferiore, in modo da creare linee luminose continue, che stringono una relazione di contiguità con lo spazio circostante. Installato nel perimetro degli scaffali, ne enfatizza le geometrie grazie alla sua illuminazione ad effetto. In ambito residenziale, si segnala il progetto realizzato ad Ekali, sobborgo di Atene, in un residence illuminato secondo il progetto dello studio IFI Group che da tempo collabora con Linea Light Group. Ogni caratteristica del residence viene valorizzata da specifiche soluzioni delle collezioni Professional LED Lighting e Architectural Lighting, sia indoor che outdoor. Nelle camere da letto troviamo LED strip installate nei profili delle librerie o per dare maggiore risalto ai volumi dell'arredamento; Mini-Outline, profilo lineare installato ad incasso a raso; nella cucina, i downlight Gypsum; negli esterni troviamo, all'entrata del residence, Beret, uplight installati a pavimento, Sub, incasso ad immersione, installato nelle vasche acquatiche laterali all'ingresso e Admiral, utilizzato, con diametri e potenze crescenti, proporzionalmente alla profondità della piscina. Nel grande giardino, infine, troviamo Clivo che si presta perfettamente per illuminare piante e passaggi pedonali.

A Londra, l'ex istituto scolastico Lilian Baylis, costruzione in stile Brutalista che si serviva del cemento grezzo quale materiale principale, convertito in struttura residenziale di grande pregio, Linea Light Group, sempre con lo studio Nulty+, ha collaborato al progetto illuminotecnico con l'utilizzo di cinque soluzioni: Xenia, un profilo ad alta luminosità e flessibilità installativa, Dans, elegante segnapasso in alluminio grigio, Paseo, profilo lineare calpestable con tre diverse ottiche, Vedette, applique dalla forma rotonda o quadrata e dal design minimale e moderno e Portik, una plafoniera per esterni dalla forma cilindrica oppure quadrata.

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

## SUNGLASS

Sunglass S.r.l., azienda di Villafranca Padovana, è stata protagonista all'Expo 2017 di Astana con "The sphere", una sfera di vetro e acciaio di 80 metri di diametro, 8 piani e un'area totale di 26mila metri quadrati che ha ospitato il padiglione del Kazakhstan. In aggiunta a una



serie di esposizioni sull'energia rinnovabile, il primo piano è stato progettato per educare i visitatori sulla storia del Kazakhstan, le diverse fasi del suo sviluppo e la cultura e le tradizioni del popolo kazako. The Sphere è un elemento architettonico da 12 milioni di euro per la realizzazione delle lastre in vetro curvo, firmata dallo studio Adrian Smith Gordon Gill di Chicago, tra i più importanti e innovativi studi di progettazione. Si arricchisce così di un prestigioso elemento la lista delle collaborazioni con le principali archistar a livello mondiale vantate da Sunglass. La sfera è il risultato di un lungo lavoro, prima con una fase di sperimentazione e test di verifica, poi l'iter di un anno per produrre le lastre curvate a caldo. Per arrivare agli oltre 3mila pannelli per il rivestimento dell'edificio l'azienda padovana ne ha prodotti oltre 80mila mq, studiati per ottenere un controllo solare adeguato alle diverse posizioni nei due emisferi della struttura, e con specifiche performance energetiche, come l'isolamento, e di comfort interno.

Insieme alla sfera di Astana Sunglass nel 2017 può vantare anche la realizzazione della nuova opera di Frank Gehry per la nuova sede della Fondazione Louis Vuitton di Parigi che accoglierà una grande collezione di arte contemporanea. Un'architettura ispirata alla forma di una nuvola che si estenderà per 2.400 metri quadri di superficie di base e dalla tecnologia sofisticata. L'azienda di Villafranca, fondata negli anni Settanta dal Presidente Giuseppe Bergamin, con un fatturato di 20 milioni di euro, 80 addetti e un team di ricerca e sviluppo con 10 persone che vale il 5% del fatturato, è anche l'artefice del progetto dell'Arena Corinthians a San Paolo del Brasile. Committenze dal respiro globale per tecnologie altamente innovative. Per l'Expo

di Astana Sunglass è stato l'unico fornitore in grado di produrre 35.000 mq di vetro sferico con coating triplo argento, serigrafia dual color, bianco e nero super posto e inserti a U nel giunto in vetro camera. Stratificazione doppia e vetro indurito a norma.

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

## VELVET MEDIA



Ambiente informale e alla moda, atmosfera rilassata e easy mood, attaccati ai muri poster di eroi cartoon e miti del punk rock, e tavole di skate parcheggiate vicino ai computer. Siamo a Castel Franco Veneto, dove ha sede Velvet Media, società di marketing e comunicazione in controtendenza: negli ultimi quattro anni ha dato lavoro a ben 47 nuovi profili under 25. Velvet Media, nata con il progetto di couponig e scontistica, si è poi specializzata in marketing e lead generation, insieme di azioni di marketing volte all'acquisizione e generazione di una lista di contatti clienti realmente interessati alle attività svolte da un'azienda, e per far ciò è necessario una conoscenza approfondita dei linguaggi social, "bibbia digitale" del business reale.

Bassel Bakdounes, Amministratore Delegato e founder, con numeri alla mano, spiega come la sua azienda vada in controtendenza rispetto alla situazione economica attuale in tema di assunzioni: "Puntiamo costantemente - spiega - sull'alta formazione dei nostri ragazzi e lo sviluppo del marketing in outsourcing attraverso i più innovativi linguaggi social. In quattro anni abbiamo assunto 47 persone tra sviluppatori web, grafici, copyeditor, video maker, fotografi, telefoniste e agenti. Ma sommando i collaboratori siamo ad oltre settanta persone coinvolte nel progetto".

Tante menti giovani e creative, di età compresa tra i 20 e i 25 anni immersi in un ambiente sereno, lontano dai rigidi modelli tradizionali: qui vige la meri-

tocrazia. L'orario lavorativo è elastico, non ci sono cartellini da timbrare e la pausa "gioco e relax" non manca ma i ritmi sono intensi, grazie al portfolio clienti in aumento. "La lead generation è la nostra mission – chiude Bakdounes – perché ad un'azienda avere un sito web non basta più ora. È necessario sviluppare e trasformare la rete di contatti generici che si trovano sul web in clienti. Il futuro del marketing aziendale è nei social media. Comunicare sui social è la via per aumentare la brand awareness ottimizzata, diminuendo la dispersione dell'investimento e targettizzandolo".

"Il mondo social – continua – è un oceano di opportunità per fare business concreto ma molte aziende ancora non sanno gestirlo, non ha tempo di profilare gli utenti, tirarne fuori i contatti giusti per poi fidelizzarli con azioni che necessitano di conoscenze professionali e di settore. Modificare e migliorare la propria comunicazione nei nuovi media è l'unica vera soluzione".

Facebook ha rivoluzionato il modo di fare business e shopping. Il Roi, ossia l'indice di redditività, il ritorno sugli investimenti, sugli annunci di social media rimane imbattibile: attraverso campagne mirate, infatti, si possono raggiungere dei costi molto bassi su Facebook, guadagnando in maniera semplice e veloce. Il 70% dei business-to-consumer ha acquisito clienti attraverso Facebook e l'84% dei Ceo e dei Vice president prende decisioni che riguardano i prodotti utilizzando questi canali. Luca Colombo, Country Manager di Facebook Italia, durante la tappa italiana di Boost your business del 2016, aveva precisato così il fenomeno legandolo all'ambiente produttivo: "In Italia l'87% dei presenti su Facebook, ossia 22 milioni al giorno, ha una connessione con una Pmi".

Tra i metodi migliori, l'utilizzo di video. Infatti, in media gli italiani passano 15 minuti al giorno su YouTube. Per questo il 65% degli utenti si aspetta trovare video nei siti che visita, il 52% dei professionisti dice che i contenuti video danno miglior Roi, il 92% degli utenti Fb condivide un video a settimana, l'80% degli utenti ricorda un video visto ultimo mese e dopo aver visto il video il 64% utenti acquista online. Stando a dati elaborati da Velvet Media su ricerche di mercato, nel 2018 il 74% traffico internet proverrà dai video perché

il 45% delle persone che hanno tablet guarda un'ora video giorno, forma di comunicazione che il 74% dei marketing strategisti ritiene la più efficace forma di comunicazione. Andrea Zaniolo, manager di Velvet Media: "Lo scorso anno il video posting è aumentato del 360% su Facebook e non ci stupiamo che quando lo usiamo per promuovere una azienda la conversione in cliente dell'utente aumenta in media dell'8%". Per questo, Velvet Media sta focalizzando molte delle proprie energie nel video marketing. "Non dimentichiamoci che l'algoritmo di Facebook mostra otto volte di più un video rispetto ad una foto", incalza Zaniolo. "Per questo serve produrre video che non durino troppo, che sappiano divertire ed emozionare, nella consapevolezza che i primi cinque secondi sono fondamentali per mantenere alta l'attenzione della persona che è sul social network e che, non dimentichiamolo mai, lo usa per svago e divertimento". Il tutto con un obiettivo ben chiaro in mente: trovare clienti per poi vendere online. È peraltro cosa nota che le vendite sui marketplace 2.0 e sugli e-commerce stanno crescendo con ritmi a due cifre. La crescita di chi trova un prodotto in un negozio ma poi lo compera online è cresciuta dal 26% al 34% e scesa dall'84% al 74% quella di chi si informa online per poi uscire di casa a comperare. Il tutto accade in un mondo dove ormai ogni prodotto fisico "a codice univoco e che non si mangia" e il 35% dell'offerta totale online è venduto da Amazon. Velvet Media, società di comunicazione e marketing nasce nel 2011 a Cittadella, nel Padovano. Inizialmente specializzata nella scontistica e nel couponing, raccoglie le istanze e le proposte di oltre tremila società del Nord Italia. Nel 2013 apre a Galliera Veneta, sempre nel Padovano, una esperienza editoriale che la porta a pubblicare il magazine *Storie di Eccellenza*, distribuito in decine di migliaia di copie in tutto il Nord Italia. Dal 2015 il trasferimento nella sede più ampia di Castelfranco Veneto e la decisione di orientare il business nella gestione dei social aziendali, garantendo un servizio di marketing totalmente in outsourcing: dalle foto ai testi, dai video alla gestione dei siti internet. Nel 2016 l'apertura della sede staccata a Denver, negli Stati Uniti, e la specializzazione nella lead generation: produrre clienti reali fil-

trando dati raccolti nel web. Nel corso del 2016 Velvet ha gestito l'immagine social di circa seicento aziende, creando post che sono stati visti in tutto oltre trenta milioni di volte grazie all'impegno di settanta persone tra dipendenti fissi e collaboratori. Amministratore delegato e founder della società è Bassel Bakdounes.

Foto: Eddy Bizzotto e Bassel Bakdounes  
<https://velvetmedia.it>

## 21 INVESTIMENTI



A Parigi, nella cornice del Museo du quai Branly – Jacques Chirac, 21 Investimenti S.p.A. ha ricevuto il prestigioso riconoscimento mondiale "2017 ESG Best Practices Honours" conferito per l'impegno nella sostenibilità. Il premio, da sempre riservato alle principali società di investimento al mondo, viene assegnato all'azienda che più si è distinta per le politiche di sostenibilità nel settore del private equity, del debito e delle infrastrutture.

La giuria ha vagliato oltre 200 casi di successo in tutto il mondo e ha apprezzato l'azione di "21" per far sì che, mentre le imprese partecipate diventano più competitive, migliorino anche le condizioni economiche e sociali delle comunità in cui operano.

"Il nostro gruppo è da sempre in prima linea sulle tematiche di sostenibilità e responsabilità sociale delle imprese. Siamo fieri di questo premio che riflette il nostro costante impegno nell'implementare i principi di sostenibilità nell'attività di investimento – ha commentato Alessandro Benetton, Presidente e fondatore di 21 Investimen-

ti -. In Italia e in Europa investiamo in aziende per farle crescere utilizzando la sostenibilità come parte integrante del processo di creazione di valore. Il successo delle nostre società in portafoglio dipende dall'intero ecosistema che le circonda. Desideriamo che il modo in cui le nostre aziende generano profitto sia ammirato dalla comunità, dai clienti, dai fornitori, dai dipendenti, e dagli investitori”.

Alessandro Benetton è stato nominato Presidente della Fondazione Cortina 2012 che organizza i Mondiali di Sci di Cortina su proposta del Presidente della Fisi - Federazione Italiana Sport Invernali, Flavio Roda, sostenuta dal Ministro dello Sport Luca Lotti e dal Presidente della Regione Veneto Luca Zaia.

Foto: Alessandro Benetton

[www.2ipartners.com](http://www.2ipartners.com)

## HUMAN RESOURCES INTERNATIONAL



Human Resources International S.r.l. (HRI) di Treviso quest'anno celebra il suo ventennale di attività. Costituita nel 1997 da un team di manager provenienti da esperienze in realtà multinazionali, si propone come società di consulenza rivolta alle aziende, che fornisce in outsourcing tutti i servizi di una direzione risorse umane. In questi 20 anni di attività la gamma dei servizi, che spaziano dalla consulenza organizzativa HR, alla ricerca e selezione di personale qualificato, alla formazione manageriale su misura, alla implementazione di politiche incentive per lo sviluppo delle carriere e la valorizzazione dei talenti aziendali, è stata offerta a realtà imprenditoriali ed industriali di molteplici settori merceologici, modulando di volta in volta progetti flessibili studiati su misura, in grado di soddisfare le esigenze sia delle Pmi sia di grosse aziende multinazionali.

Negli ultimi anni, oltre alla ricerca e selezione di personale qualificato, HRI

ha avuto modo di sviluppare diversi progetti in ambito organizzativo: sia focalizzati sull'ottimizzazione degli organici aziendali, per valorizzare i talenti professionali e potenziare le strutture aziendali in fase di crescita e sviluppo in ottica di efficienza e cost saving; sia di supporto per implementare e/o sviluppare sistemi incentive basati sulla logica degli MBO, ovvero della valorizzazione delle persone in base al raggiungimento degli obiettivi specifici secondo i target richiesti dalle diverse funzioni aziendali. Grazie a questo sistema premiante, le aziende e le risorse umane che vi operano possono contare su un duplice benefico effetto: il primo è enfatizzare l'importanza delle attività svolte legate all'obiettivo prefissato con effetto motivazionale, il secondo è utilizzare una logica premiante che valorizza effettivamente i meriti di chi persegue risultati concreti ed utili alla crescita del business in modo più tenace e determinato. Tutto ciò, inoltre, rende le persone consapevoli che oltre a ricoprire un mero ruolo di dipendenti, possono determinare autonomamente con spirito imprenditoriale, la proficuità delle attività e dei progetti gestiti. Come nel presente, per il prossimo futuro HRI si ripropone di continuare nella sua mission, ovvero sviluppare programmi e servizi che contribuiscano alla crescita e allo sviluppo delle imprese del territorio, diffondendo il proprio know how di HR managing, affinché le aziende clienti possano avere validi spunti, tecniche efficaci, e strategie vincenti per competere nel mercato globale, valorizzando al massimo le risorse più vitali e preziose che hanno al loro interno: le persone.

Foto: Letizia Giaretta e Marco Papotto

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

## GRUPPO ICAT

Alla XXX edizione del Premio Agorà Gruppo icat ha vinto il Nastro D'Argento nella sezione miglior immagine aziendale con il progetto strategico e creativo svolto per il cliente Mokarabia. Per lo storico marchio del caffè italiano, oggi società della holding One Coffee Industries, Gruppo Icat ha curato il progetto di rilancio del brand. L'agenzia ha ridefinito il posizionamento e l'identità, attraverso il rafforzamento dei valori storici come l'artigianalità,



l'italianità e la tradizione, che caratterizzano da 60 anni l'azienda e ne hanno fatto un marchio riconoscibile nella mente degli italiani.

Il concept creativo è stato sviluppato da un'attenta analisi di branding che, attraverso la definizione di un archetipo di comunicazione preciso, ha poi permesso di definire mission, vision e, successivamente, pay off, packaging. L'agenzia, inoltre, ha curato tutto il rebranding digitale e le attività di PR e ufficio stampa.

“Il mondo del Food&Beverage - commenta Claudio Capovilla, Presidente di Gruppo icat - è da sempre molto all'avanguardia per la comunicazione e la creatività. Un riconoscimento così prestigioso come il premio Agorà è una grande soddisfazione che sottolinea l'ottimo lavoro di squadra: la sinergia fra strategia, in primis, e creatività è per noi uno stile e un metodo di lavoro che sempre più clienti importanti, come appunto Mokarabia, mostrano di apprezzare”.

Foto: Claudio Capovilla

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

## LOTTO



Lotto S.p.A. di Trevignano, leader nelle calzature e l'abbigliamento per lo sport e il tempo libero, punta a crescere sul segmento dell'active lifestyle con un nuovo posizionamento sul mercato e una nuova visual identity. Protagonista del nuovo corso è l'active well-being, uno stile di vita attivo, per stare bene divertendosi e fare attività fisica socializzando. Perché al di là del-

le luci dei riflettori, dell'agonismo oltre misura e degli spalti dei tifosi c'è un modo di intendere lo sport che riparte dalle origini. Un modo di essere attivi per migliorare la propria vita, il proprio corpo, la mente e lo spirito. Un concetto di sport che è proprio alla base della disciplina più diffusa al mondo: la vita che viviamo!

Valorizzando questa filosofia Lotto ha iniziato a sviluppare con Life's una collezione di calzature e abbigliamento dedicata a coloro che vivono la vita sportivamente, in modo leggero e divertente. I prodotti Life's nascono dal know-how e dalla pluriennale esperienza di Lotto nel mondo sportivo, caratterizzati come sempre da un design tipicamente italiano. Materiali e soluzioni progettuali che guardano alla funzionalità e all'ergonomia, mentre le soluzioni grafiche e i colori seguono da vicino i trend stilistici più attuali. La collezione debutterà nei punti vendita e online a partire dalla stagione Spring/Summer 2018. Due le anime delle linee presentate: una più prettamente sportiva – Life's Active – ideale per il fitness e il training; l'altra – Life's Inspired, perfetta per un tempo libero da vivere in modo attivo con un comfort adatto a tutte le occasioni.

Il lancio di Life's ha portato con sé una nuova brand architecture dei marchi. Una rinnovata identità visiva, con i loghi ridisegnati attorno alla inconfondibile losanga, elemento distintivo di tutte le collezioni. Questo per raccontare meglio la struttura dell'offerta, identificando con più chiarezza, consumatori finali e canali di vendita. Sotto il cappello del mother brand Lotto sono quindi incluse le identità di cinque diversi brand: Lotto Performance per gli sportivi più esigenti, professionisti o agonisti; Life's per chi privilegia un'attività sportiva leggera, dedicata al benessere, al divertimento e a uno stile informale e piacevole; Lotto Leggenda che racconta la storia del marchio proiettato al presente con i prodotti storici rivisitati a comporre soluzioni che colpiscono per materiali e colori; Aequirer per le calzature sportive protettive e di supporto e infine Lotto Works con le soluzioni di alta qualità tecnica per gli ambienti di lavoro.

Andrea Tomat, Presidente di Lotto, ha commentato: "Lotto è da sempre sinonimo di sport e oggi è un brand in evoluzione e non solo nel segmento lifestyle.

È un percorso molto impegnativo iniziato dietro le quinte oltre un anno e mezzo fa in cui tutti in azienda crediamo molto. Un progetto che mi piace sintetizzare in una sola parola: "Sportivamente"! Questa parola racchiude in sé, in perfetto equilibrio, impegno e divertimento, sacrificio e passione. Tutto quello che troviamo nello sport e non solo. Un'espressione semplice e allo stesso tempo ricca di significati che riflette la natura della nostra azienda: la passione per lo sport, il rispetto per l'impegno, la gioia di vivere, l'italianità e il piacere per i prodotti che realizziamo. Per questo Sportivamente è il nuovo pay off di Lotto". Il primo spazio fisico che racconta il rinnovato posizionamento di Lotto è lo store che ha aperto a Treviso, mentre saranno lanciate nei prossimi mesi una campagna di brand dedicata e una strategia di comunicazione concentrata sui canali digitali.

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

## ARCADIA



Nel settore arredamento e design le parole chiave sono sempre più efficienza, innovazione e personalizzazione. Oggi, i trend del mercato ci mettono di fronte a un nuovo consumatore, protagonista nelle scelte, che trova nel web e nei social media i contesti per conoscere, informarsi e attribuire la reputazione a brand e prodotti. Un utente sempre più preparato che cerca attivamente informazioni, soluzioni e punti vendita che rispecchino le sue esigenze e la sua personalità.

Per rispondere a queste sfide del marketing e delle tecnologie digitali, Arcadia S.r.l. di Conegliano, che da quasi 30 anni è partner specialista nello sviluppo di soluzioni e software grafici, ha introdotto la nuova piattaforma "ADAbE

(Browser Edition)", disponibile sul web e navigabile dal browser. Destinata ad amplificare tutti i vantaggi del software grafico ADA, "ADAbE" mira a migliorare sensibilmente la customer experience dell'utente online.

Accedendo ai siti internet dei brand produttori, l'utente potrà interagire con un configuratore grafico online: una consolle semplice e intuitiva che permetterà di modificare le configurazioni 3D di mobili e complementi d'arredo. Attraverso la possibilità di scegliere colori, finiture e accessori, il consumatore potrà creare una soluzione personalizzata in base alle proprie esigenze e ai propri gusti. "ADAbE" è ottimizzata in chiave responsive per i device mobili.

Questa nuova esperienza di interazione attiva, non soltanto permetterà all'utente di comprendere le reali potenzialità dei prodotti commercializzati, ma avvicinerà brand e consumatore, trasformando questo rapporto in un successivo contatto con il punto vendita. I progetti personalizzati dall'utente potranno infatti essere salvati, stampati e condivisi nella rete social, per essere successivamente utilizzati dal rivenditore per ordini e preventivi. "ADAbE" completa così il circolo virtuoso della configurazione grafica di prodotto, conferendo al rivenditore una maggiore forza e competitività.

Arcadia sta già realizzando il progetto con alcune aziende cliente pronte a cogliere i nuovi paradigmi del marketing digitale che in futuro potranno trasformarsi in nuovi canali di vendita B2B e B2C verso i mercati internazionali. Arcadia, con "ADAbE", conferma il suo ruolo di partner e di consulente in un mercato in costante cambiamento nel quale la tecnologia rappresenta il mezzo per conseguire obiettivi di business condiviso. Arcadia ha partecipato alla manifestazione fieristica Sicam 2017 a Pordenone dal 10 al 13 ottobre per presentare in anteprima "ADAbE", la grande novità legata al marketing digitale, e tutti gli sviluppi del mondo Arcadia.

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

## PERMASTEELISA

Permasteelisa Group S.p.A. di Vittorio Veneto, gruppo leader a livello mondiale nel settore della progettazione, produzione e installazione di involucri architettonici e impianti per interni, unirà



le proprie forze con Grandland Group, società con sede a Shenzhen in rapida crescita, operante nel medesimo settore. Questa alleanza strategica consentirà di creare il più grande colosso del mondo nel settore delle facciate continue, con uno straordinario potenziale di ulteriore crescita per entrambe le realtà. L'attività di Permasteelisa resterà totalmente concentrata sulla realizzazione di architetture all'avanguardia e progetti di alta qualità nel settore del lusso, che sono diventati il suo marchio. Il 21 agosto l'annuncio dei giapponesi di Lixil Group Corporation di voler cedere il 100% del capitale di Permasteelisa, in suo possesso dal 2011, a Grandland. Valore dell'operazione 467 milioni di euro. Permasteelisa sarà gestita come entità separata e la sua indipendenza sarà garantita dal nuovo socio. La società manterrà la sua sede centrale storica a Vittorio Veneto, Italia.

Nota per i suoi celebri e particolari edifici, come lo Shard a Londra, il nuovo quartier generale di Apple a Cupertino, la Sydney Opera House e il Centro Internazionale del Commercio di Hong Kong, Permasteelisa opera in tutto il mondo, con oltre 6.500 dipendenti e un fatturato annuo di circa 1,4 miliardi di euro.

“Dalla combinazione tra la posizione di leader di mercato che Permasteelisa detiene, unita alla sua presenza in Europa, Medio Oriente, Africa, Nord e Sud America e in alcune parti dell'Asia, e la capacità di integrazione industriale di Grandland, con la sua forza sul mercato cinese, nascerà un vero leader mondiale nel settore delle facciate continue per edifici – ha dichiarato Riccardo Mollo,

confermato Amministratore Delegato –. Anche se Permasteelisa manterrà la sua indipendenza operativa, le opportunità di sinergie operative con Grandland sono straordinarie”.

Nei mesi scorsi il Gruppo Permasteelisa si è aggiudicato una maxi commessa per la realizzazione delle facciate delle due nuove torri che caratterizzeranno l'iconico Oceanwide Center nel centro di San Francisco. La commessa durerà complessivamente quattro anni, dalla fase di progettazione fino alla produzione e all'installazione finale; il progetto sarà realizzato dalle controllate Permasteelisa North America e Josef Gartner rispettivamente in America e Germania, con il supporto del quartier generale italiano a Vittorio Veneto e di altre realtà del Gruppo.

Il nuovo Oceanwide Center è un complesso che ospiterà diverse destinazioni d'uso e si trova nella Transbay area, all'incrocio tra First e Mission. Progettato da Foster + Partners e sviluppato da Oceanwide Holdings, il nuovo complesso sarà composto da 2 grattacieli per una superficie complessiva di 93.000 m2 di uffici e 265 appartamenti, oltre ad un hotel di lusso con 171 camere. La torre più alta, che affaccia su First Street, raggiungerà i 277 metri di altezza e diventerà la seconda più alta di San Francisco. Il grattacielo di 61 piani ospiterà uffici e appartamenti, e sarà caratterizzato da un curtain wall composto da una struttura a maglia diagonale in acciaio rientrante rispetto al filo di facciata, con vetri high-performance a tutta altezza e profili in alluminio customizzati. Complessivamente, saranno installati 11.500 moduli di facciata per una superficie totale di 67.800 m2. La facciata giocherà un ruolo determinante nel raggiungimento del rating LEED Platinum per cui la torre è stata progettata. La seconda torre, che affaccia su Mission Street, sarà invece alta 197 metri. Si tratta di un elegante grattacielo di 54 piani che costituisce una moderna interpretazione dei tradizionali edifici della città, caratterizzati dalle finestre a bovindo. La facciata, composta da pietra naturale nella quale saranno incastonate speciali finestre definite “glass vitrine”, avrà una superficie complessiva di 28.000 m2 e contribuirà all'ottenimento della certificazione LEED Gold.

“Siamo orgogliosi di essere parte di questo progetto straordinario e ambizioso”,

ha sottolineato l'Ingegnere Riccardo Mollo, Amministratore Delegato del Gruppo Permasteelisa. “La sua grandezza e la complessità delle soluzioni tecniche all'avanguardia adottate, lo rendono quasi impossibile per tutti, ma non per Permasteelisa”, aggiunge Mollo, “ed è un'altra meravigliosa opportunità per lavorare insieme a Foster + Partners su un progetto molto impegnativo e unico, subito dopo la positiva conclusione dell'Apple Park a Cupertino”.

Intanto, dal 22 settembre al 25 novembre è stato possibile compiere un viaggio attraverso la storia di Permasteelisa, che ha documentato le capacità tecniche e la passione di un Gruppo che dal 1973 rappresenta una delle eccellenze del design e dell'ingegneria italiana e internazionale. “SHAPE! Bringing Architecture to Life” è arrivata a Vittorio Veneto a Palazzo Todesco, nella città da cui tutto ha avuto origine e dove sono gli Headquarters del Gruppo Permasteelisa. Una mostra che ha raccontato la storia e, attraverso alcuni dei progetti più iconici, la capacità di Permasteelisa di coniugare il mondo delle idee con quello reale, trasformando le visioni dei migliori architetti al mondo in realtà grazie all'ingegnerizzazione delle forme. Il ruolo della facciata e dell'involucro edilizio, elemento essenziale per la morfologia e per le prestazioni degli edifici contemporanei, è raccontato attraverso dieci progetti che hanno contribuito a cambiare in meglio le città dove sono stati realizzati e a determinare la leadership mondiale del Gruppo. I progetti sono raccontati con modelli 3D, poster fotografici, didascalie in doppia lingua Italiano-Inglese e disegni tecnici che in un progressivo zoom-out dal dettaglio all'edificio completo permettono al visitatore di comprendere quanto sia importante il ruolo della facciata, e di chi sa realizzarla, nella composizione di un edificio e di conseguenza, di una città.

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

## GARBELOTTO

Un giornata ricca di spunti e novità quella che si è svolta il 26 maggio presso il Parchettificio Garbelotto S.r.l. di Cappella Maggiore. La giornata ha avuto come protagonista il Clip Up system, il rivoluzionario sistema di posa che sta letteralmente cambiando il mondo dei pavimenti in legno. Il nuovo prodotto



in fase di brevetto è stato presentato da Antonio Garbelotto, AD di Parquetificio Garbelotto, e da Filippo Perissinotto e Paolo Coppa, entrambi periti nel settore dei pavimenti in legno per Federlegno Arredo, che ne hanno illustrato anche le certificazioni recentemente ottenute da parte degli enti CSI e Catas. È stato inoltre presentato un case history di successo: dei posatori hanno raccontato il recente lavoro presso il Marriott Grand Hotel Flora di Roma in via Veneto, dove Clip Up System è stato posato in tutti gli ambienti comuni dell'albergo.

L'ampia platea di architetti, interior designer, posatori, rivenditori, commercianti ed agenti ha avuto l'occasione di conoscere sempre più da vicino questo nuovo sistema di posa flottante a doppia tenuta che si dimostra particolarmente indicato per pavimenti sopraelevati che hanno la necessità di essere facilmente ispezionabili, ma anche per ambienti pubblici quali hotel, negozi, uffici o per ambienti domestici.

La novità di Clip Up System sta tutta nelle scanalature delle tavole e nella clip di acciaio inossidabile armonico che permette un saldo ancoraggio delle doghe l'una con l'altra. Il risultato finale è un pavimento che non produce alcun movimento in orizzontale o in verticale, è veloce da installare, consente una rapida sostituzione di una singola doga o di una porzione di pavimento, senza divieti di passaggio, ha un elevato livello di abbattimento del rumore, ha un'ottima resistenza al traffico intenso. Clip Up System è già un successo internazionale, vincitore a Domotex 2017 di Hannover del premio nella selezione Innovations@Domotex.

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

## IDROBASE



C'è il made in Italy di Idrobases Group nel nuovo Zaryadye Park di Mosca, il parco inaugurato in un'area adiacente alla Piazza del Cremlino che riproduce in 78mila metri quadrati le aree climatiche russe. L'azienda di Borgoricco ha fornito ai partner moscoviti della AO Astral SNG gli impianti di nebulizzazione per ricreare nel parco a tema il clima caratteristico e gli scenari delle zone delle paludi e della tundra. Il nuovo parco, costato 200 milioni di euro, è il primo parco pubblico costruito a Mosca negli ultimi 50 anni, e rappresenta le quattro aree naturali russe e il rispettivo microclima (tundra, steppe, foresta e palude), in una realizzazione che scende a terrazzo verso il fiume.

Idrobases Group, forte di un'esperienza ultra trentennale nella realizzazione di impianti di nebulizzazione industriali, ha fornito i sistemi pompanti d'acqua in alta pressione che, tramite 4.500 metri di tubazioni connessi fra loro con 3.600 raccordi ad innesto rapido, alimentano oltre 3mila ugelli nebulizzanti. "Siamo orgogliosi per aver partecipato con le nostre soluzioni alla realizzazione di un'opera tanto prestigiosa", evidenziano Bruno Ferrarese e Bruno Gazzignato, titolari di Idrobases Group.

L'azienda padovana non è nuova a partnership di alto livello nella realizzazione di impianti di nebulizzazione industriali. Fra le soluzioni fornite in tutto il mondo per nebulizzare, abbattere polveri e temperature, come nel caso dell'Orto Botanico di Padova, figurano anche gli impianti scenografici che hanno caratterizzato i padiglioni dell'edizione milanese dell'Expo 2015, fra cui quelli spettacolari degli Stati Uniti, della Francia e del Kuwait.

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

## CCSTEAM



La CCSTEAM S.r.l. di Roncade è entrata nel Gruppo Tech-Value, quotato alla Borsa di Milano segmento AIM, operante nel settore Information Technology e specializzata nella fornitura di servizi IT e soluzioni PLM per aziende "engineering intensive" del settore manifatturiero. L'operazione prevede un corrispettivo complessivo di 5,1 milioni di euro. I fondatori di CCSTEAM, Anna Cecchetto Galon e Fabio Camilotto, mantengono i rispettivi ruoli operativi nell'azienda e nella controllata CCSWEB, i cui consigli di amministrazione sono stati estesi a 5 membri, con l'ingresso di tre nuovi consiglieri designati da Tech-Value, Elio Radice, Alessandro Wolfango Sala e Claudio Neri. L'accordo prevede inoltre che Anna Cecchetto Galon e Fabio Camilotto entrino nel capitale sociale di Tech-Value con l'acquisto di una quota azionaria. Anna Cecchetto Galon e Fabio Camilotto hanno dichiarato: "Abbiamo accolto con entusiasmo questa opportunità, certi che il percorso di crescita di CCSTEAM, che manterrà denominazione, sedi, struttura e management invariato, vista la qualità del personale possa proseguire ulteriormente dando ulteriori stimoli ed impulsi alla crescita di Tech-Value". L'Ingegnere Elio Radice, Presidente del Consiglio di amministrazione di Tech-Value, ha sottolineato: "Da un punto di vista finanziario, Tech-Value in soli tre anni è stata in grado di investire oltre 7 milioni di euro (di cui 1,1 milioni raccolti in sede di IPO di euro) grazie alla forte generazione di cassa, e di mantenere un posizione finanziaria netta passiva per circa un milione di euro". CCSTEAM, attiva dal 1996, è Platinum Partner di Siemens e leader nella commercializzazione e supporto di soluzioni Siemens Industry Software e SolidRules InCentro PLM Alexide per il mercato manifatturiero in Triveneto ed Emilia-Romagna, Marche. L'azienda, con un parco clienti attivo di oltre 400 unità, ha generato nel 2016 un valore

della produzione di 5,08 milioni di euro e un Ebitda pari a circa 0,68 milioni e una posizione finanziaria attiva al 31 dicembre 2016 di circa 1,24 milioni. La controllata CCSWEB ha chiuso l'esercizio al 30 giugno 2016 con un valore della produzione di 0,14 milioni, Ebitda a 0,11 milioni ed una PFN attiva a 0,35 milioni. Per Tech-Value l'operazione dà continuità al percorso di crescita per linee esterne già intrapreso attraverso l'acquisizione del 12% in Solve.it S.r.l. nonché del 100% di ISolutiondesign S.r.l. e rafforza notevolmente la copertura del segmento Media Impresa in Emilia Romagna, Veneto e Friuli Venezia Giulia. Nel 2016 Tech-Value ha riportato un valore della produzione consolidato pari a euro 13,5 milioni di cui 6,38 milioni nel settore Media Impresa. Pertanto l'operazione, trattandosi di business incrementale, raddoppia le dimensioni nel settore Media Impresa consentendo a Tech-Value di diventare uno dei principali partner Siemens Industry Software a livello europeo. La rafforzata struttura del business Media Impresa, la capacità di erogazione servizi in modalità remota su circa 70 centri di ingegneria nel mondo, e gli Help-Desk a supporto dei Grandi Clienti manifatturieri in Europa gettano le basi per una strutturazione della crescita anche fuori dai confini nazionali da perseguirsi attraverso accordi o acquisizioni. Tech-Value è stata assistita da Nctm Studio Legale quale consulente legale dell'operazione e dallo Studio Rocco&Associati quale consulente fiscale. Lo Studio dell'Avv. Antonio Pavan e lo Studio Biscaro hanno assistito i venditori.

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

## VILLA SANDI



Villa Sandi di Crocetta del Montello ha siglato per la prima volta un accordo di distribuzione nazionale in Cina con ASC Fine Wines, storico importatore di grandi vini provenienti da tutto

il mondo. Dopo oltre 10 anni di test di mercato, in cui ha importato i propri vini limitatamente in alcune province e città, Villa Sandi ha identificato un partner ideale con cui sottoscrivere un accordo esclusivo di distribuzione nazionale per la Cina. Per storia e tradizione, il consumatore cinese non ha ancora fatto propria la cultura del vino occidentale, ma le vendite migliorano e il trend è in costante crescita, soprattutto per i vini rossi e lo champagne. La globalizzazione dei gusti, il turismo, i Millennials e i nuovi mezzi di comunicazione stanno aprendo il Paese del Dragone ai nuovi stili di vita e a nuove contaminazioni in ambito culinario.

“Credo nella possibilità di replicare il fenomeno Prosecco anche in Cina – ha affermato Giancarlo Moretti Polegato, Presidente di Villa Sandi – e penso che i tempi siano maturi per promuovere su scala nazionale un prodotto come il nostro. Non sarà facile e non darà risultati immediati, ma c'è potenziale e insieme a ASC siamo pronti a mettere in campo tutti gli sforzi necessari per informare e formare un nuovo tipo di consumatore. Per questo motivo, nel nostro accordo abbiamo espressamente previsto l'organizzazione di molte sessioni di promozione ed educazione della forza vendita, a sostegno di un mercato che, in parte, è ancora tutto da creare”.

ASC Fine Wines è il principale importatore e distributore di vini pregiati in Cina, Hong Kong e Macau. In oltre 20 anni di storia ASC ha creato un portfolio di oltre 1200 marchi premium provenienti da oltre 100 Paesi. Tra le eccellenze del made in Italy, distribuisce Gaja, Banfi e Masi.

Villa Sandi, che vende vini in 92 Paesi nel mondo, ha realizzato un fatturato pari a circa 88 milioni di euro, il 20% in più del 2015. L'Ebitda è stato di 8,5 milioni (5 milioni l'esercizio precedente) e il risultato netto di 7,4 milioni (3,7 milioni l'esercizio precedente). Il fatturato all'estero è aumentato di 7,6 milioni e rappresenta il 51% dei ricavi totali. I volumi di produzione hanno superato i 26 milioni di bottiglie, coinvolgendo tutti i marchi di proprietà del Gruppo: Villa Sandi, La Gioiosa, Opere Trevigiane e Casa Gheller. Il Prosecco rimane il principe dei brand, rappresentando il 70% del venduto.

Foto: Giancarlo Moretti Polegato

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

## SCHÜCO



Schüco Italia ha ospitato Techtrain, il progetto Erasmus+ che punta a trasferire l'innovazione nel campo delle tecnologie sostenibili a giovani studenti di Sofia. Domotica, robotica, diagnosi energetica, risorse rinnovabili ed installazione tecnica sono alcune delle tematiche approfondite a Padova durante le 15 giornate formative di Techtrain, iniziativa finanziata dalla Comunità Europea nel contesto di mobilità Erasmus+, per trasmettere competenze teorico-pratiche agli studenti di istituti elettrotecnici della capitale bulgara. Sviluppato dalla società di consulenza bulgara ECQ (European Center for Quality) in collaborazione con tre istituti di Sofia e la padovana Fondazione Fenice Onlus, che ha tra i temi cardini della propria offerta lo sviluppo di competenze nell'ambito della Green Economy, il progetto formativo è stato ospitato presso la sede di Schüco Italia, riferimento nel territorio per le tematiche relative all'innovazione e alle tecnologie sostenibili. All'interno dell'azienda gli studenti hanno potuto usufruire di aule appositamente attrezzate per le finalità formative, ma anche effettuare prove pratiche all'interno dei laboratori di test ed esplorare a 360° l'innovazione Schüco grazie alla nuova showroom espositiva.

“Siamo entusiasti di aver aperto le porte della nostra realtà agli studenti del progetto Techtrain – commenta Roberto Brovazzo, Direttore Generale di Schüco Italia –. La tecnologia sostenibile è una componente chiave del nostro futuro, su cui gli istituti italiani ed europei dovrebbero puntare maggiormente incrementando le collaborazioni scuola-azienda: ringraziamo la Fondazione Fenice per averci coinvolto in questo progetto Erasmus+ e averci dato la possibilità di contribuire alla crescita formativa dei giovani talenti attraverso il nostro know how”.

Il progetto Erasmus+ si inserisce in un

contesto economico che vede quasi 6 milioni di giovani europei disoccupati e oltre 2 milioni di posti di lavoro vacanti a causa della difficoltà di reperire personale qualificato. Offre opportunità di studio, formazione, esperienze lavorative o di volontariato all'estero, puntando sulla cooperazione tra il mondo dell'istruzione e il mondo del lavoro per affrontare le reali necessità in termini di sviluppo del capitale umano e sociale.

“Nell'ambito delle tecnologie green – spiega Ludmil Manev, Direttore Generale di ECQ, European Center for Quality – l'Italia e il Veneto sono aree di riferimento a livello europeo, interessanti per l'innovazione tecnologica e la vitalità economica. I progetti formativi che permettono di studiare in questo territorio sono molto ambiti, perché possono fare la differenza per quanto riguarda le successive opportunità professionali dei giovani”.

“È un vanto per noi essere per il quarto anno consecutivo partner del progetto Erasmus+ – spiega Andrea Grigoletto, Direttore Tecnico della Fondazione Fenice Onlus –. Techtrain offre elementi innovativi non comuni perfino per le scuole italiane. Questo importante traguardo ben si sposa con la nostra filosofia green e ringraziamo Schüco Italia per aver aderito con entusiasmo in qualità di azienda partner”.

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

## CALOI



L'8 settembre è stato inaugurato ufficialmente il Nuovo Anteo Palazzo del Cinema di Milano: 10 sale (tutte con il nome di storici cinema di Milano) completamente rinnovate per un totale di 1150 posti a sedere. Il Palazzo del Cinema non vuole essere solo un cinema, ma un luogo di incontro che offre molti servizi: una biblioteca, un caffè letterario, un ristorante, una nursery. La poltrona Milano è stata concepita e disegnata in stretta collaborazione tra l'architetto Ric-

cardo Rocco e la Caloi S.r.l. di Susegana. La poltrona Milano nasce dal tentativo di rispettare l'esigenza dello spettatore di stare comodamente seduto e dell'erpente di ottimizzare gli spazi. Ha una seduta ribaltabile per consentire un comodo transito tra le file ma ha l'ergonomia di una poltrona fissa. Vuole rievocare alla memoria la comodità del salotto domestico. Una poltrona che con le sue forme, i materiali e le caratteristiche costruttive vuole essere un omaggio ai maestri del design, quali Zanuso, Eames, Albini. Fondata nel 1922 da Giovanni Caloi, l'azienda è giunta ormai alla terza generazione. La famiglia, nella persona di Alessandro ed ora di Giovanni, in oltre 90 anni di storia ha consolidato la sua leadership nel settore degli arredamenti comunitari dove lo spirito artigianale richiesto dal prodotto si fonde con l'esigenza industriale. Partita dagli arredi in legno massiccio per luoghi sacri dove la Caloi ha conquistato l'indiscutibile primato a livello nazionale e internazionale, l'azienda ha sviluppato nel dopoguerra la produzione di una gamma completa di sedute ed arredi per teatri, cinema, sale congressi, auditorium. Il rinnovato sito internet, presenta con un efficace layout grafico la produzione e le specifiche tecniche e commerciali dell'azienda, garantendo una fruizione semplice, veloce e intuitiva.

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

## NICE



Il Consiglio di Amministrazione di Nice S.p.A. – quotata al segmento STAR di Borsa Italiana – ha approvato a inizio agosto la Relazione Finanziaria Seme-

strale al 30 giugno 2017.

Lauro Buoro, Presidente di Nice ha commentato: “Presentiamo con soddisfazione i risultati ottenuti dal Gruppo Nice al 30 giugno 2017 che denotano un progresso dei ricavi per il quattordicesimo trimestre consecutivo ed una significativa crescita della redditività a tutti i livelli di conto economico. Questo trend conferma l'efficacia della strategia intrapresa dal Gruppo e la conseguente capacità di creare valore duraturo e sostenibile. Proseguiamo con entusiasmo negli ambiziosi piani di sviluppo di nuove tecnologie, di prodotto, di processi e sistemi per cogliere le opportunità che il mercato offre migliorando le performance operative”.

Nel primo semestre 2017 il Gruppo Nice ha conseguito ricavi pari a 164 milioni di euro, in aumento del 9,2% a cambi correnti e del 6,4% a cambi costanti rispetto al primo semestre 2016, evidenziando un progresso significativo sia in alcuni mercati storici sia nei mercati emergenti. Nel primo semestre del corrente esercizio, le vendite registrate in Francia, che rappresentano il 14,6% del fatturato del Gruppo, sono risultate pari a 24 milioni di euro, in aumento del 5,8% rispetto al corrispondente periodo del 2016. In Italia, i ricavi sono risultati pari a 17,1 milioni di euro mentre nei restanti Stati dell'Europa a 15, nel primo semestre 2017 è stato pari a 43,8 milioni, in aumento del 3,1% a cambi correnti e del 3,8% a cambi costanti, rispetto al primo semestre dell'anno precedente. I ricavi ottenuti nel Resto d'Europa, al 30 giugno 2017, sono stati pari a 27,4 milioni, in aumento del 7% a cambi correnti e del 6,5% a cambi costanti, rispetto al corrispondente periodo dell'esercizio precedente.

Nel primo semestre 2017, il giro d'affari realizzato nel Resto del mondo, con una quota pari al 31,5% del fatturato del Gruppo, è in aumento del 48,1% a cambi correnti e del 35,4% a cambi costanti rispetto al corrispondente periodo dell'esercizio precedente, con un fatturato pari a 51,6 milioni di euro.

Al 30 giugno 2017, il primo margine (calcolato come differenza tra ricavi e costo del venduto) è stato pari a 88,3 milioni di euro in aumento del 9,5% rispetto ai 80,6 milioni di euro del corrispondente periodo dell'esercizio precedente e con un'incidenza sul fatturato del 53,8% rispetto al 53,7% del primo

semestre 2016. L'Ebitda è risultato pari a 27,3 milioni di euro con un'incidenza sulle vendite del 16,6% rispetto a 22,6 milioni del primo semestre 2016 con incidenza del 15%.

L'utile netto di Gruppo è stato pari a 12,5 milioni di euro rispetto a 4,7 milioni di euro (9,7 milioni di euro adjusted) del primo semestre 2016.

Foto: Lauro Buoro

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

## ANSELMI & C.

Anselmi S.r.l. di Roncade, storica azienda delle cerniere a scomparsa per mobili, ha ceduto il 58% alla tedesca Simonswerk, leader internazionale nel settore delle cerniere per porte che occupa 550 dipendenti per un fatturato di 98 milioni realizzato in 70 Paesi.

Fondata nel 1973 da Giuseppe Anselmi, l'azienda ha chiuso il 2016 con un business di 11 milioni ed impiega 40 addetti, la cui posizione stata assicurata. La società trevigiana continuerà a essere gestita dai diretti discendenti del fondatore, Giulio ed Elena Anselmi, affiancati dall'Amministratore Delegato di Simonswerk, Michael Meier. Advisor dell'operazione sono stati, per la famiglia Anselmi, Camilla Menini e Daniele Vanin (studio Consimp di Treviso) e per la parte legale Riccardo Manfrini e Silvia Dall'Ongaro (studio BM&A di Treviso).

Simonswerk nel 2016 ha fatturato, con 550 dipendenti, 98 milioni di euro di cui 52% realizzati in Germania e il 48% all'estero. Con il marchio Tectus, Simonswerk produce e commercializza con successo da molti anni sistemi di cerniere a scomparsa per porte interne ed esterne per edifici residenziali e pubblici e con portate elevate fino a 300 Kg. Con la denominazione commerciale Istar, Anselmi & C. S.r.l. produce e vende tra l'altro sistemi di cerniere a scomparsa per porte interne residenziali con portate fino a 60 kg. Questa integrazione ottimale dei campi applicativi dei prodotti apre importanti opportunità di sviluppo e crescita per le due aziende.

“Per Simonswerk l'acquisizione di Anselmi rappresenta un altro passo strategico e di evoluzione”, ha affermato Michael Meier, Amministratore Delegato. “Con i prodotti di Anselmi ampliamo la nostra offerta di sistemi di cerniere a scomparsa per porte interne residen-

ziali. In questo modo ci apriamo un ulteriore accesso al mercato internazionale delle porte residenziali leggere. In futuro Simonswerk sarà in grado di servire meglio questo segmento e potrà così rafforzare la propria posizione sul mercato”.

“In quanto membro del rinomato Gruppo Simonswerk, Anselmi è preparata al meglio per accedere alla prossima fase di sviluppo della nostra azienda”, ha affermato Giulio Anselmi che, insieme alla sorella Elena Anselmi, continuerà a dirigere a livello operativo dalla sede di Roncade l'azienda fondata dal padre Bepi Anselmi nel 1973. Per sfruttare le opportunità di crescita che si presenteranno, Simonswerk continuerà ad investire in Anselmi, esattamente come già fa oggi in tutte le sedi del Gruppo. Michael Meier ha affermato: “Simonswerk è un'impresa familiare responsabile che nella sua tradizione aziendale, che ormai vanta 128 anni di storia, si è sempre sentita particolarmente impegnata nei confronti dei propri dipendenti e in veste di datore di lavoro delle località in cui è presente. In futuro questa sensibilità si applicherà anche ai nuovi colleghi di Anselmi, cui diamo un caloroso benvenuto in Simonswerk”.

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

## ACCESSORY LINE

Accessory Line S.r.l. di Quinto di Treviso, leader in Europa nella distribuzione e produzione di accessori per il mondo Apple, ha reso noti i dati finanziari relativi all'esercizio conclusosi il 31 marzo 2017. I ricavi hanno superato i 40 milioni con una crescita di oltre il 10% ed un Ebitda superiore al milione di euro.

“Il nuovo progetto partito nel 2016 per lo sviluppo della vendita di accessori nel canale degli oltre 900 Apple Premium Resellers (APR) nell'area EMEA (Europe Middle East India ed Africa) è stato decisivo e rimane il nostro focus principale. Ai 4 nuovi country managers per la zona EU5 (Francia Germania Spagna Italia e UK) ne è stato affiancato uno per l'India, area ad altissimo potenziale visti i nuovi accordi tra Apple ed il governo Indiano che prevedono la produzione di iPhone direttamente a Bangalore”, riporta il Presidente Guido Borso. Questa nuova struttura si affianca alla filiale in-

glese Accessory Line UK che oggi conta 3 persone full time.

A questo si affianca l'ottimo andamento di Aiino, marchio proprietario di accessoristica per telefonia mobile, che “rappresenta il 25% del nostro turnover ed ha raggiunto il 5% di quote di mercato”. L'esperienza di Accessory Line risale al 1989 da una joint venture tra un investitore americano e Guido Borso, per la commercializzazione di accessori e periferiche per il mercato Apple. Accessory Line nasce nel 2016 dopo quasi 30 anni con lo spin off dal ramo HW, con il progetto di creare il One Stop Shop della accessoristica per i Rivenditori Apple del mercato EMEA Region (Europe Middle East India ed Africa). Accessory Line fattura il 50% all'estero; oltre a tutti i rivenditori APR (Apple Premium Resellers) d'Europa Middle East Africa ed India, segue anche le maggiori catene retail nazionali (MediaWorld, Unieuro, Euronics ed Expert). Ha sviluppato anche know-how e competenze specifiche del business online servendo i maggiori players internazionali (Amazon, Apple eccetera). Accessory Line è oggi leader nazionale nell'accessoristica per iPhone ed iPad. L'azienda ha inoltre annunciato a Berlino durante IFA 2017 la commercializzazione dei droni di Star Wars (Propel). Repliche esemplari dei T-65 X-wing Starfighter, il Tie Advanced x1 di Darth Vader e la speeder bike 74-Z si tratta di è una serie di droni da combattimento in edizione limitata che prende spunto dalle battaglie stellari presenti nella saga. Rifiniti a mano, sono i modelli principali che hanno sorpreso in questo debutto. Oltre al design e al concept del tutto innovativi, questi droni sono in grado di raggiungere i 50 km/h e sono anche dotati della tecnologia Li-Fi totalmente integrata nel quadricottero. Per chi non è un esperto di droni ma non vuole rinunciare all'esperienza 'stellare', i droni Star Wars di Propel sono provvisti anche del nuovo T Mode, una modalità per beginners che crea un'aura invisibile e rende il drone più semplice da manovrare. “Questi gioielli da collezione faranno impazzire a Natale grandi e piccini – afferma Guido Borso – oltre che allargare alla parte ludica il nostro già nutrito catalogo (DJI e ZeroTech). Il Gaming è una parte del business nel nostro radar”.

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

## BRALCO



Bralco S.r.l., azienda di Susegana attiva nel settore dell'arredo di design, con 38 dipendenti ha recentemente assunto quattro nuovi lavoratori, tre giovani ed un disabile, dando spontaneamente attuazione a quanto previsto nel Jobs Act in materia di collocamento dei lavoratori disabili e favorendo l'occupazione giovanile. Si tratta di giovani uomini, dai 20 ai 27 anni e di un lavoratore diversamente abile di 40 anni. I primi sono collocati nelle aree logistico-produttive con contratti di apprendistato in due casi e con una assunzione a tempo indeterminato nell'altro caso, mentre il lavoratore disabile si occupa di progettazione CAD grazie alla sua esperienza maturata in ambito tecnico. "Bralco è un'azienda giovane, che crede fortemente nei giovani e nella loro capacità di essere portatori di innovazione - ha dichiarato Alex Bressan, Presidente di Bralco - pensiamo, progettiamo e produciamo sistemi che andranno ad arredare uffici e luoghi di lavoro abitati da giovani millennials; nuove modalità di relazione e nuovi approcci al lavoro condiviso, rappresentano il contenuto concettuale che viene veicolato dai nostri prodotti. Con questa visione e con una policy aziendale che premia la responsabilità e l'autonomia, non possiamo che continuare ad avvalerci di giovani uomini e giovani donne per crescere con uno sguardo aperto al mondo ed al nuovo che avanza".

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

## ARPER

Il 27 giugno Arper S.p.A., azienda di Monastier di Treviso, ha dedicato un open day ai bambini per accogliere i figli dei dipendenti. I piccoli ospiti hanno avuto la possibilità di vivere gli spazi dove lavorano i genitori, trascorrendo la giornata in modo originale e giocoso. Una giornata dedicata ai più piccoli per vedere dove lavorano mamma o papà,



capire cosa fanno nelle ore in cui sono fuori casa e conoscere i colleghi di lavoro. Via libera al tour tra uffici, scrivanie e reparti produttivi per i bimbi dai 18 mesi in su, accompagnati da genitori e animatori.

I baby-ospiti hanno trascorso la giornata divertendosi con laboratori e attività: accolti dai trampolieri, i bambini hanno dedicato la mattinata a "interpretare" creativamente la seduta Juno, con colori e stoffe. I più grandi hanno riempito l'albero dei pensieri appositamente allestito, e hanno pranzato insieme a genitori e colleghi in un momento di allegria che contagia tutta l'azienda. Arper ha una media di dipendenti giovani (al di sotto dei 40 anni) e le nascite sono un motivo di orgoglio per tutta la famiglia Feltrin: non solamente per Claudio, Presidente e AD dell'azienda, che ha sostenuto con entusiasmo l'iniziativa da subito, ma in primis per il padre Luigi, fondatore dell'azienda insieme ai figli Claudio e Mauro nel 1989 e attuale Presidente d'Onore di Arper, il quale saluta quotidianamente tutti i dipendenti, passando di scrivania in scrivania, di reparto in reparto. Nasce proprio da qui la volontà di creare questa iniziativa volta a conciliare la sfera personale con quella lavorativa, con l'intento che diventi un appuntamento annuale estivo, a seguito della chiusura dell'anno scolastico.

Arper ha inoltre partecipato attivamente, per la quarta edizione consecutiva, a Love Design® 2017, l'appuntamento biennale promosso da AIRC Associazione italiana per la Ricerca sul Cancro, in collaborazione con ADI Associazione per il Disegno Industriale che si è tenuta alla Fabbrica del Vapore di Milano

dal 20 al 22 ottobre, mese della prevenzione sul tumore al seno. Arper ha rinnovato nel 2017 il suo contributo alla ricerca donando ad AIRC una selezione di prodotti delle collezioni Catifa, Kinesit, Duna02, Saya, Pix, Sean e Palm messi in vendita nei giorni della manifestazione. Il ricavato dell'evento è destinato alla raccolta fondi a favore della ricerca oncologica italiana.

Arper ha ricevuto il Best of Best award in "Architecture - Event / Exhibition" per lo stand progettato e realizzato in occasione del Salone del Mobile di Milano 2017. Il riconoscimento fa parte dei prestigiosi Iconic Awards e la cerimonia di premiazione è avvenuta in ottobre ad Expo Real a Monaco di Baviera. Lo stand Arper è stato progettato dallo studio Maio, fondato dagli architetti spagnoli Maria Charneco, Alfredo Lérica, Guillermo López e Anna Puigjaner. I progettisti, per la prima volta nel team creativo Arper, hanno collaborato con Jeannette Altherr - Studio LA - designer e direttore artistico del concept dello stand, per dar vita ad un armonioso dialogo tra l'architettura dello spazio e le collezioni. Tutti i vincitori saranno inclusi nel catalogo Iconic Awards 2017 e potranno essere visualizzati online nel portale Iconic Directory. Iconic Awards è il più prestigioso tra i premi organizzati dal German Design Council. La giuria ha così motivato la propria scelta per lo stand: "Lo stand Arper al Salone del Mobile di Milano 2017 presenta un concetto di design sofisticato ed accattivante, che si basa su tre forme semplici ed essenziali: combinate insieme in soluzioni modulari, non solo producono un'immagine globale straordinaria, ma risultano sensazionali anche nei dettagli, per esempio nelle singole ambientazioni. La storia narra in modo accurato una piccola città. Al centro vi è la piazza di uno spazio cosmopolita, intorno al quale si trovano i vari ambienti living, spazi concettuali che grazie all'arredo esposto rappresentano una casa, un ambiente di lavoro o entrambi. Ognuno risalta per la sua peculiare personalità. Un'idea gradevole che chiama in campo l'immaginazione dello spettatore, facendo così nascere emozioni positive".

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

## MASSIMO ZANETTI BEVERAGE GROUP



Massimo Zanetti Beverage Group S.p.A. di Villorba è sponsor della Juventus Football Club. L'intesa prevede un rapporto stretto fra Juventus e Segafredo Zanetti, che potrà utilizzare l'immagine di Juventus in tutto il mondo con l'obiettivo comune di diffondere l'eccellenza italiana. Inoltre, Segafredo Zanetti in qualità di Official Coffee della Juventus fin dall'inizio della stagione è distribuito in tutti i bar, aree ristoro e hospitality dell'Allianz Stadium.

“Questa nuova partnership – commenta soddisfatto Giorgio Ricci Co-Chief Revenue Officer and Head of Global Partnerships and Corporate Revenues di Juventus – conferma quanto il Club sia interessato alla valorizzazione delle eccellenze italiane, con una forte vocazione internazionale. Segafredo Zanetti è un partner che si distingue nel mondo per la comprovata qualità del prodotto e, come Juventus, si fa ambasciatore di valori cari al Club: il caffè, come il calcio, è un elemento della cultura italiana che il mondo intero ci invidia”.

Gli fa eco Giorgio Boggero, Managing Director Southern Europe di Massimo Zanetti Beverage Group: “Segafredo Zanetti è l'ambasciatore dell'espresso italiano nel mondo e da sempre guarda con interesse e condivisione al mondo dello sport e ai suoi valori positivi e socializzanti. L'incontro con Juventus, il più internazionale fra i club italiani, era naturale e da subito ha permesso di stringere una partnership che parte grande e diventerà irripetibile. Saremo da subito di casa all'Allianz Stadium, ma presto diventeremo compagni di viaggio in giro per il mondo”.

[www.mzb-group.com](http://www.mzb-group.com)

## JESSE

A meno di un anno dalla costituzione e dall'acquisizione con cui ha rilevato il 100% di Sinetica Industries S.r.l. di

Oderzo, che opera nell'arredo per ufficio, Mezzalira Investment Group (MIG S.p.A.), tramite la propria controllata Jesse Italia S.r.l. è entrato in Jesse S.p.A. di Francenigo di Gaiarine con affitto di ramo d'azienda dal 1° settembre 2017, chiudendo così la seconda operazione e ampliando la propria presenza nel mondo del design made in Italy. L'operazione consolida la strategia di MIG e delle sue controllate, ovvero quella di unire in un unico polo aziende italiane dell'arredamento di design di alta qualità, al fine di offrire una gamma di prodotti e soluzioni sempre più completa e creare sinergie produttive, manageriali e distributive utili a valorizzare i singoli brand delle aziende del gruppo. Nel prossimo futuro, come ha detto il Presidente di MIG Gianmaria Mezzalira, sono previste ulteriori integrazioni con “grandi aziende nel mondo dell'interior” per rafforzare la massa critica del gruppo che mira a diventare un nuovo punto di riferimento e un sinonimo di eccellenza italiana a livello internazionale.

“Io e la mia famiglia siamo lieti di aver trovato questa soluzione – afferma Francesca Jesse – per dare continuità ad una azienda che da sempre è radicata nel territorio e che ha contribuito negli anni a valorizzare il design del made in Italy nel mondo; per questo ringrazio i partner e tutti coloro che in questi anni hanno partecipato a questa crescita, certa di aver posto le basi per un ulteriore sviluppo e collaborazione futuri”.

“Un segnale d'innovazione e rafforzamento – prosegue Gianmaria Mezzalira che nel 2016 ha fondato la holding operativa di MIG – è il lancio della nuova immagine coordinata aziendale, iniziata con il restyling del logo, la messa online del nuovo sito web e che proseguirà con il lancio dei nuovi cataloghi e prodotti presentati alla recente Milano Design Week. Seguiranno poi nuovi progetti che manterranno lo stile, l'eleganza e la qualità che da sempre contraddistinguono il marchio Jesse”.

Sinetica Industries si trasferisce ora nella sede Jesse a Francenigo, progettata dall'Architetto Mario Mazzer, integrando i reparti produttivi e i servizi generali, così da consolidare al meglio la sinergia tra le due aziende che comunque rimarranno distinte e specializzate nei loro canali di vendita anche a livello di brand.

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

## GRUPPO PAVAN



Food Technologies S.A., società controllata da Alpha Private Equity Fund 6 e dalla holding industriale Idea Cinquanta, ha annunciato di aver ceduto il 100% di Gruppo Pavan a GEA Group AG, quotato sulla Deutsche Börse. Nel 2015 Alpha Private Equity aveva rilevato il 100% del Gruppo Pavan da Idea Cinquanta ed IMI Investimenti. Idea Cinquanta aveva reinvestito nel capitale della società, acquisendo una quota pari al 40%. Andrea Cavagnis, che ha guidato il Gruppo negli ultimi 25 anni, continuerà a mantenere la carica di Presidente del Gruppo Pavan. Fondato nel 1946 e con sede a Galliera Veneta, il Gruppo Pavan, che ha chiuso l'esercizio 2016 con un fatturato consolidato di 155,5 milioni di euro (Ebitda pari a 29 milioni), ha un organico di circa 680 persone ed è leader mondiale nella progettazione, realizzazione e installazione di linee integrate per la produzione di alimenti a base di cereali, dalla movimentazione della materia prima al packaging finale. Opera in oltre 130 Paesi ed ha una base produttiva prevalentemente italiana, che conta su sette stabilimenti. Il 40% del fatturato è realizzato in Europa, il 27% in America, Asia 17%, Africa e Medio Oriente 14%.

Con un fatturato consolidato 2016 di 4,5 miliardi di euro, GEA Group AG, basata a Düsseldorf, è leader mondiale di mercato e tecnologico nel settore dei processi avanzati per l'industria, con focus specifico sul segmento food and beverage, che genera oltre il 70% dei ricavi del Gruppo. Con uno staff di circa 17.000 persone, il Gruppo è già presente in Italia con nove poli produttivi in diverse città del Paese (Parma, Castel Maggiore, Colognola ai Colli, Grumello del Monte, Sala Baganza – due centri, Peveragno, Segrate e Torrebelvicino-Pieve). Gea Group, con 17.000 dipendenti e un giro d'affari 2016 di 4,5 miliardi di euro, integrerà Pavan nella divisione “Business Area Equipment” all'interno della qua-

le creerà il gruppo di prodotti dedicato "Pasta, Extrusion & Milling".

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

## ADIX



Adix, il network d'imprenditori nato nel 2016 per riunire i protagonisti della filiera dell'edilizia, ha organizzato una serie di appuntamenti per incontrare imprenditori, condividere idee e progetti, costruire nuove opportunità di lavoro e collaborazione. A Palazzo Giacomelli a Treviso, città di nascita dell'iniziativa imprenditoriale, si è tenuto il primo appuntamento del road show nazionale che offre una piattaforma riservata agli addetti ai lavori selezionati in base a precisi standard di efficienza. Un circuito chiuso per lavorare insieme e per crescere nell'osservanza di un rigido protocollo qualitativo (Repie). A trascinare la crescita del settore in Italia sono i cantieri per la ristrutturazione di abitazioni e costruzioni non residenziali, manutenzioni straordinarie e di recupero, restauri di edifici pubblici. "Il mercato della riqualificazione è in forte crescita - spiega Luca Morassutto, Direttore Generale di Adix S.r.l. - si tratta di una nuova opportunità per moltissimi professionisti".

Adix nasce per innovare il mercato della riqualificazione edilizia: un'alleanza di valore tra imprenditori, che mette a sistema i protagonisti del settore, per valorizzarne le relazioni comuni e generare una piattaforma riservata solo agli "addetti ai lavori", dove incontrare operatori specializzati, la finanza a supporto delle operazioni ed i produttori di tecnologia. Il crollo degli investimenti degli ultimi anni ha fatto riflettere su cosa sia possibile fare per essere vincenti in un mercato profondamente mutato, il cui focus è divenuta la riqualificazione dell'esistente piuttosto che la realizzazione del nuovo. All'interno di Adix progettisti, costruttori edili, impiantisti elettrici e termoi-

draulici, produttori di tecnologia e soggetti finanziatori trovano lo spazio per incrementare le possibili opportunità di lavoro, sfruttando la collaborazione diretta tra le imprese, grazie anche a tutti gli strumenti a supporto predisposti dalla piattaforma Adix. Adix vuole essere un acceleratore di opportunità. Per ogni intervento di riqualificazione edile vengono effettuate le opportune valutazioni tecniche ed economico-finanziarie. Promossa la fattibilità, si passa all'affidamento dei lavori solo agli aderenti al network Adix, attraverso un meccanismo collaudato. I pagamenti alle imprese sono assicurati dal sistema di credito, che supporta ogni singolo lavoro. Adix sostiene inoltre commercialmente le imprese associate, predisponendo specifiche offerte verticali per ogni mercato, in collaborazione con i produttori di tecnologia, dando la possibilità ad ogni impresa di essere competitiva e di offrire una gamma allargata di servizi ai committenti.

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

## BHR TREVISO HOTEL



Oggi il modo di scegliere e di decidere dove, come e quando organizzare un evento sta cambiando radicalmente. Ogni cliente infatti, grazie al web, ha a disposizione tutte le informazioni che desidera standardizzando così l'offerta. Negli anni, BHR Treviso Hotel ha saputo cogliere questo trend, rinnovandosi e consolidando la sua leadership nel campo dell'ospitalità e degli eventi non solo congressuali. Il 2017 è stato per la struttura l'anno dell'innovazione e del movimento. Innovazione perché la proprietà ha voluto investire in nuove tecnologie acquistando per le sale plenarie del Centro Congressi nuovi proiettori full HD di ultima generazione, che si aggiungono agli altri servizi già presenti nel carnet delle proposte per meeting, incentive, convention ed eventi. In tutte le 133 camere, sono sta-

te installate nuovissime Smart Tv da 55 pollici, che, oltre all'ottima qualità dell'immagine, permettono di personalizzare i messaggi in stanza in base alle esigenze e richieste dell'ospite. Un ulteriore servizio per trasmettere ad esempio programmi e informazioni in tempo reale ai partecipanti ad un meeting aziendale.

Movimento perché sempre in un'ottica di completa personalizzazione delle esigenze aziendali si è implementato un servizio eventi "tailor made", offrendo alle aziende e associazioni non solo lo spazio eventi, ma anche un ampio ventaglio di opportunità di team building e attività post congress, rispondendo così a quei clienti che prediligono chi offre non solo una tradizionale presentazione commerciale, ma anche idee nuove e momenti aggregativi esprimendo valori e obiettivi con efficaci azioni concrete.

Sempre di più quindi si sente parlare di networking, di quella capacità di creare una rete di relazioni professionali, generando scambio di idee, consigli, informazioni e contatti, orientandosi alle esigenze degli ospiti fornendo un servizio sempre più customizzato. Innovazione e movimento si traducono anche in B-Work by BHR, il nuovo spazio condiviso di BHR Treviso Hotel nel quale lavorare, organizzare incontri ed eventi, creare business e fare rete con tutti i comfort e i servizi di una struttura riconosciuta come punto di riferimento per l'ospitalità trevigiana. Grazie a questa strategia anche quest'anno la struttura sta registrando un'ulteriore crescita del fatturato rispetto agli anni precedenti, sia in termini di ricettività alberghiera, che nella ristorazione organizzata per i meeting e i congressi, grazie al forte interesse riscontrato dalla clientela per i servizi catering, sempre più richiesti da chi vuole la garanzia della nostra cucina anche al di fuori dell'hotel. Le previsioni di questo trend positivo che si sta verificando anche in questi ultimi mesi, fanno ben sperare per un ottimo risultato a fine anno. Subito dopo l'estate è iniziata anche la promozione dei pranzi e cene degli auguri con nuove proposte di menu, dal pranzo tradizionale, al party con attività ludiche e creative che coinvolgano i partecipanti, per soddisfare ogni esigenza: dai cocktail informali alla cena di gala con possibilità di organiz-

zare l'evento anche in prestigiose location, moderne o più tradizionali, grazie al BHR Catering Divino.

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

## GEOX



Geox S.p.A. di Biadene di Montebelluna ha presentato il 16 maggio il suo nuovo X store concept, progettato dall'architetto Alessandro Giannavola. La progettazione X-store riconferma il ruolo primario della tecnologia avanzata di Geox -rappresentata dalla lettera X- unita ai valori di Italianità, Design Contemporaneo, Sostenibilità e Benessere che da sempre ispirano il brand. L'operazione, che prevede un investimento di 15 milioni di euro, è partita con cinque negozi test, a Roma in via del Corso, a Milano in corso Vittorio Emanuele, a Londra in Covent Garden e poi a Toronto e Kuala Lumpur. Per fine anno l'obiettivo è arrivare a un totale di 30 vetrine, per poi proseguire con gli altri shop. Il nuovo design mantiene e valorizza gli eventuali elementi architettonici già presenti come vetrate, colonne, soffitti e mattoni a vista integrandoli nel nuovo concept. I materiali green e le finiture esclusive riflettono la creatività e l'artigianalità del Made in Italy, a partire dalla porta principale intagliata con i fori tipici delle soles Geox, simbolo del respiro, che avvolge il visitatore in un ambiente leggero, naturale e accogliente. L'architettura fondata sul principio della smaterializzazione dello spazio definisce un layout fluido ed essenziale che riduce gli elementi di arredo contribuendo ad accrescere la percezione di ariosità e freschezza, enfatizzata dai

ventilatori a soffitto e dal sistema di purificazione dell'aria. Tutti i materiali utilizzati -dalle piastrelle in terracotta al legno naturale- sono compatibili con la certificazione Leed (Leadership in Energy and Environmental Design), e dunque in perfetta sintonia con l'impegno che l'azienda rivolge da sempre al tema dell'ambiente ed al rispetto verso le persone.

Il nuovo X-Store mette in risalto il nubio Breathing&Wellbeing svelando un'esperienza di acquisto innovativa e multisensoriale nella quale la tecnologia coinvolge il consumatore a 360°. Una famiglia completa di touchpoint elegantemente integrati, dinamici e interattivi, contribuisce in modo sinergico ad ispirare, guidare ed assistere i clienti durante la loro esperienza in negozio; ed è proprio l'integrazione tra sensazione fisica e tecnologia digitale a trasformare gli spazi Geox in veri e propri "negozi del futuro". Schermi digitali integrati e aree di approfondimento interattive permettono ai visitatori di accedere a informazioni dettagliate, scoprire le caratteristiche uniche dei prodotti Geox e vivere un'esperienza di prodotto originale e "senza filtri", guidati dai suggerimenti di stili condivisi dalla community di fan Geox. WiFi e postazioni di ricarica gratuite collocate nelle aree di prova sono a disposizione dei clienti e rendono accessibile l'intero catalogo Geox. Questo nuovo format riconferma il ruolo primario della tecnologia che ha da sempre caratterizzato i prodotti dell'azienda, titolare di 35 diversi brevetti e 10 più recenti domande di brevetto, che garantiscono traspirabilità e impermeabilità alle proprie calzature.

È una visione retail assolutamente nuova, che fin dal primo passo all'interno del negozio porta il cliente a respirare, vedere e percepire i valori che ispirano il design, la filosofia e la missione Geox, stimolando a migliorare la qualità e la performance di ogni momento della quotidianità, non solo attraverso ciò che indossa, ma anche attraverso un'integrazione sempre più concreta tra urban living ed etica della sostenibilità. Sono disponibili negli store tutte le collezioni e le tecnologie brevettate Geox, dalla rivoluzionaria sneaker Nebula, con sistema di traspirazione 3D, ad Amphibiox, una linea di prodotto che assicura perfetta impermeabilità e traspirabilità in tutte le condizioni

climatiche, e inoltre la linea Cuoio, brevetto che garantisce l'impermeabilità e la traspirabilità di un materiale naturale per eccellenza. Infine, la linea kids dedicata ai più piccoli che ne accompagna ogni passo e movimento lungo tutto il percorso della crescita, confermando i suoi quattro principi cardine di benessere, qualità, comfort e stile. È inoltre disponibile anche la collezione abbigliamento uomo donna, espressione della tecnologia traspirante brevettata Geox applicata al capospalla.

Il Gruppo Geox opera nel settore delle calzature classiche e casual per uomo, donna e bambino ed è una delle società leader internazionali nell'International Lifestyle Casual Footwear Market. Realizza oltre il 70% dei ricavi all'estero, in più di 110 Paesi. Il Gruppo attua una strategia distributiva diversificata nei singoli mercati al fine di promuovere in modo coerente il marchio presso il consumatore finale; al 31 marzo 2017, Geox è presente in circa 10.000 punti vendita multimarca e 1134 negozi monomarca nel mondo.

Lir S.r.l., holding di partecipazioni e di investimento di proprietà di Mario Moretti Polegato e del figlio Enrico Moretti Polegato (titolari rispettivamente dell'85% e del 15% del capitale sociale), ha chiuso il 2016 superando per la prima volta il miliardo di euro di fatturato consolidato, con 1.054 milioni di euro contro i precedenti 998 milioni. La liquidità è passata da 371 a 384,7 milioni. Il risultato economico netto, pari a 10,2 milioni di euro, ha consentito di incrementare ulteriormente il patrimonio netto che a fine dello scorso anno è salito da 961 a 969 milioni di euro. La marginalità operativa si è aggirata sui 61,4 milioni. Lir controlla il 71% di Geox (il restante 29% è quotato alla Borsa Italiana), oltre a detenere l'intero capitale di Diadora Sport e di Domicapita, che opera nell'ambito dell'edilizia industriale e civile. Da questa società sono principalmente gestiti gli investimenti immobiliari di Lir, che ammontano a circa 250 milioni di euro. Nel 2016 il Gruppo Geox ha totalizzato un giro d'affari superiore ai 900 milioni di euro (erano 874 milioni nel 2015), con una marginalità di 53 milioni. Quanto a Diadora, il brand presente in più di 60 Paesi può contare su ricavi aggregati di circa 266 milioni di euro. Come ha sottolineato Mario Moretti

Polegato, il bilancio della cassaforte di famiglia “rappresenta una ulteriore conferma della nostra solidità patrimoniale e finanziaria”. “La nostra liquidità – ha concluso – ci consente oggi di poter continuare a osservare e valutare attentamente nuove opportunità d’investimento, permettendoci una totale libertà e autonomia nell’operare le scelte strategiche che ci riguardano”.

[www.geox.biz](http://www.geox.biz)

## TEXA



Axone Nemo ha ricevuto allo Smau il “Premio Innovazione”, unico tablet a fregiarsi di questo riconoscimento. Axone Nemo nasce dall’esperienza di Texa S.p.A. di Monastier di Treviso, da oltre 25 anni leader nella realizzazione di sofisticati strumenti per la diagnosi elettronica dei veicoli, settore in cui è tra i leader mondiali. Con Nemo, l’azienda ha voluto espandere le proprie competenze realizzando un PC “rugged” Made in Italy, che si rivolge particolarmente agli operatori che lavorano in ambienti ostili e/o speciali, necessitando di un supporto robusto e affidabile. Axone Nemo è ad esempio ideale per diagnosi mediche e veterinarie, operazioni di soccorso, verifiche agli impianti di stoccaggio e distribuzione oil&gas, punti informativi o panel PC. Nello sviluppo di un tablet così evoluto, è stato essenziale il supporto tecnologico di Intel e Microsoft, che hanno garantito la loro competenza durante le varie fasi di realizzazione.

Il cuore dell’Axone Nemo è il processore Intel Atom® serie E3900, che garantisce basso consumo energetico, e rende possibile un utilizzo prolungato del device:

fino a 10 ore consecutive. Il telaio in magnesio conferisce robustezza e rigidità al prodotto, riducendone al contempo il peso e facilitando la dissipazione del calore. Il display è un Gorilla Glass 4 con trattamento oleofobico e antiriflesso. Oltre alla robustezza, Axone Nemo presenta la particolarità brevettata di essere galleggiante, caratteristica particolarmente utile durante operazioni marine. Grazie all’innovativa soluzione dei moduli aggiuntivi intercambiabili, è possibile anche durante situazioni operative espanderne le potenzialità e le funzionalità in tempo reale.

“Sono molto orgoglioso di questo riconoscimento – sono le parole di Bruno Vianello, Presidente di Texa – ottenuto grazie al nostro know-how elettronico ed alla formidabile collaborazione di due partner straordinari come Microsoft e Intel che ci hanno accompagnato in questa nostra nuova esperienza nel settore Industrial/Customer”.

“Siamo entusiasti di aver collaborato con Texa alla realizzazione di questo progetto, che si è distinto aggiudicandosi il Premio Innovazione Smau – dice Claudia Bonatti, Direttore Vendite OEM di Microsoft – Il nuovo dispositivo di Texa dimostra le opportunità offerte da Windows 10 al nostro ecosistema di partner. Microsoft s’impegna per supportare le aziende nel proprio percorso di trasformazione digitale, lavorando al fianco dei propri Partner sul territorio, e il nuovo tablet Axone Nemo messo a punto da Texa mostra come sia possibile abilitare esperienze sempre più produttive e sicure, facendo leva sulle nuove tecnologie”. “La tecnologia Intel permette di abilitare idee innovative in diversi settori, tra cui quello industriale. La vasta gamma di soluzioni, insieme al costante avanzamento e sviluppo dei prodotti ci permettono di offrire al contempo le migliori prestazioni e le risposte più efficaci alle diverse esigenze delle imprese oggi”, evidenzia Andrea Toigo, Direttore Pre-vendita Centro, Sud ed Est Europa di Intel.

Texa viene fondata nel 1992 ed è oggi leader europea nella progettazione, industrializzazione e costruzione di strumenti diagnostici e dispositivi per la tediagnosi di autovetture, motociclette, camion, mezzi agricoli e motori marini. È presente in tutto il mondo con una capillare rete di distribuzione; commercializza direttamente in Spagna, Fran-

cia, Gran Bretagna, Germania, Polonia, Russia, Stati Uniti, Brasile e Giappone tramite filiali. Attualmente sono oltre 600 i dipendenti Texa nel mondo; una forza lavoro giovane (l’età media è di 33 anni), laureata per il 45%, tra cui oltre 100 tra ingegneri e specialisti impegnati nella Ricerca e Sviluppo.

Foto: Bruno Vianello

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

## BOTTEGA



Il Prosecco Bottega Gold è il primo spumante nel mondo. Includendo anche lo champagne è terzo nel ranking mondiale dopo due mostri sacri come il Moët & Chandon e il Veuve Clicquot e primo assoluto in Europa. Lo ha stabilito IWSR, prestigiosa società di ricerca britannica specializzata nell’analisi del mondo del beverage, diffondendo i risultati di uno studio focalizzato sul canale Duty Free e Travel Retail per gli anni 2015-2016. Sempre in questo mercato Bottega risulta essere, relativamente agli sparkling wines, la seconda azienda del mondo dopo LVMH il colosso del lusso francese di Bernard Arnault. Bottega S.p.A. di Bibano di Godega di Sant’Urbano con i suoi vini e le sue grappe registra un fatturato di 54,3 milioni di euro in costante crescita. È presente in 134 Paesi nel mondo, dagli Stati Uniti all’Australia, dal Canada al Giappone, dall’Europa agli Emirati Arabi.

Anche il Concours Mondial de Bruxelles ha premiato la qualità dei vini Bottega. L’azienda con il proprio Amarone Il Vino degli Dei (annata 2012) ha conseguito una prestigiosa Gran Medaglia d’Oro. quest’anno, su 9.080 etichette candidate, sono state assegnate solo 90 medaglie Grand Gold, tra le quali solo 13 a vini italiani.

Il Concours Mondial de Bruxelles, tra i più importanti a livello internazionale, offre ai consumatori la possibilità di distinguere vini d’ineccepibile qualità, provenienti da tutto il mondo, per tutte

le gamme di prezzo. Per i produttori, il concorso è l'occasione di confrontarsi con la produzione concorrente, posizionare i propri vini e individuare nuove opportunità. Il Concours Mondial de Bruxelles è stato il primo ad attuare un controllo a posteriori dei vini premiati, con analisi di laboratori accreditati, per garantire la legittimità dei risultati; oggi è considerato un importante riferimento tra le competizioni enologiche internazionali. La giuria internazionale è composta da 320 membri. Nell'edizione 2017 del concorso, Bottega ha ottenuto altri due riconoscimenti: una medaglia d'oro per Bottega Gold Prosecco Doc e una medaglia d'argento per Il Vino dei Poeti Prosecco Doc.

L'annata 2012 dell'Amarone della Valpolicella Bottega sviluppa una gradazione alcolica di 16% vol. Dal punto di vista organolettico si caratterizza per i sentori di amarena, viola e tabacco. La vendemmia selezionata, l'appassimento sui graticci e l'affinamento in piccole botti di rovere ne fanno un vino da meditazione o da abbinare ai grandi formaggi e alle carni rosse.

In aprile, Bottega, in collaborazione con il gruppo britannico Randalls, aveva inaugurato a Guernsey, isola delle Channel Islands, un nuovo Prosecco Bar. Ad oltre tre anni dal lancio (gennaio 2014), prosegue quindi a pieno ritmo l'attività di sviluppo del progetto Prosecco Bar che, ad oggi, è stato introdotto sulla nave Cinderella del gruppo Viking (Scandinavia), all'interno del Resorts World Birmingham nell'omonima città del Regno Unito, nel dehor dell'Hotel Intercontinental ad Abu Dhabi, in Bulgaria nei duty free degli aeroporti di Burgas e Varna e, con formula diversa, nello spazio ristorante Gourmé del gruppo Cremonini presso l'area arrivi dell'aeroporto di Malpensa (Milano).

"Prosecco Bar" è un concept ideato da Bottega con la finalità di esaltare le eccellenze del nostro Paese ripropo- nendo la filosofia del bacaro veneziano con l'articolata gamma di vini offerti da Bottega, che comprende il Prosecco, gli spumanti di pregiati vitigni, i grandi rossi di prestigio (Amarone, Brunello di Montalcino, Ripasso, Bolgheri), i vini da dessert, la selezione di grappe bianche e barricate, insieme all'ampio ventaglio di liquori a base frutta e a base crema.

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

## GALDI

Il 10 luglio è stato annunciato l'accordo tra Galdi S.r.l. di Paese, azienda leader nella progettazione e produzione di macchine confezionatrici per il settore alimentare, ed Eurotech di Amaro (Udine), fornitore di piattafirme per abilitare applicazioni Internet of Things (IoT). Galdi ha scelto il Gateway Multi-service IoT ReliaGATE 10-20 per interfacciarsi agli impianti produttivi per eseguire l'estrazione, l'elaborazione e il monitoraggio da remoto di importanti dati attraverso la piattaforma di integrazione IoT Everyware Cloud.

La scelta di Galdi di introdurre soluzioni IoT grazie ai gateway di Eurotech deriva dal fatto che, essendo un'azienda che opera prevalentemente all'estero, ha bisogno di prodotti con certificazioni internazionali. I principali vantaggi portati dalla tecnologia IoT sono l'assistenza tecnica da remoto e l'offerta di un servizio più completo per i clienti, che avranno accesso ai dati raccolti dal gateway.

Grazie agli avanzati sistemi e tecnologie di cui sono dotate, le macchine riempitrici Galdi rientrano nei benefici strumentali 4.0, rispondendo ai requisiti richiesti da entrambi gli incentivi, in particolare dell'Iper ammortamento. Questo rientra in pieno nella visione aziendale: Semplificare la vita dei clienti con soluzioni di confezionamento e servizi innovativi.

"L'adozione della piattaforma di integrazione ci permetterà di fornire ai clienti nuovi servizi basati sul monitoraggio continuo delle prestazioni della macchina e su strategie adattative di controllo - spiega Federico Bardini, Engineering Manager- applicate sia per la diagnostica avanzata sia per la customizzazione del funzionamento della macchina stessa in base all'attuale utilizzo da parte dei clienti finali".

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

## GIOVANNI XXIII SOGEDIN

Dalla retta per l'asilo al servizio di baby sitting per i propri figli. Dalla badante per i genitori anziani alla retta per la casa di riposo. Ecco di cosa potranno usufruire i 359 dipendenti con contratto non medico della Casa di Cura Giovanni XXIII di Monastier per il 2017 grazie all'innovativo accordo aziendale welfare che è stato sottoscritto il

29 giugno tra le organizzazioni sindacali e Sogedin S.p.A. proprietaria della struttura sanitaria con il supporto del consulente del lavoro il ragioniere Lino Cattarin. Un contratto che consentirà anche di poter usufruire di rimborsi di rette scolastiche, o libri di testo, o di servizi di trasporto scolastico o ancora di gite didattiche o di visite di istruzione o di corsi sportivi. Il tutto per una somma complessiva di 425 euro che, sommati ai 250 che vengono erogati a fine anno per l'acquisto di generi alimentari, contribuisce a sgravare non di poco le spese di bilancio familiare dei dipendenti.

"È un premio aziendale sulla produttività che viene elargito ormai da parecchi anni" ha detto Massimo Calvani, Presidente della Casa di Cura Giovanni XXIII di Monastier che ha sottoscritto l'accordo assieme all'Amministratore Delegato Gabriele Geretto. Anche per andare incontro al mancato rinnovo del contratto di lavoro nazionale dell'A-IOP (Associazione Italiana Ospedalità Privata). Un riconoscimento a tutti i nostri dipendenti per l'impegno che dimostrano ogni giorno nel soddisfare le esigenze dei pazienti. Quando una persona entra in una struttura ospedaliera ha bisogno non solo di cure mediche ma anche di essere ascoltata e "coccolata" da chi in quel momento la sta seguendo dal momento dell'accettazione alla dimissione. I nostri collaboratori dimostrano ogni giorno quella sensibilità necessaria per rendere i momenti di ospedalizzazione meno traumatici e sereni possibili. Di questo siamo loro grati". Soddisfazione è stata espressa anche dalle Rsu e da Maurizio Sammartino della FP-Cgil, da Beniamino Gorza della Uil-FPL e da Samanta Grossi della Cisl-FP delle rispettive sedi di Treviso.

[www.giovanni23.it](http://www.giovanni23.it)

## ZOPPAS INDUSTRIES

Durante Drinktec 2017, la più grande fiera mondiale dedicata all'industria Beverage e Liquid Food, Sipa S.p.A. di Vittorio Veneto, azienda leader nella progettazione e realizzazione di sistemi per la produzione e l'engineering di stampi e contenitori in Pet, ha presentato Xtreme Renew, il primo sistema al mondo, a ciclo unico, per la produzione di preforme con plastica di qualità vergine contenenti il 100% di Pet riciclato. Coperta da



numerosi brevetti, è un concentrato di innovazione tecnologica in grado di ridurre i consumi e la produzione di CO2, ottimizzare i costi di gestione degli impianti e limitare l'impiego di spazi negli stabilimenti produttivi. Xtreme Renew rappresenta una vera e propria rivoluzione nel ciclo produttivo di contenitori in plastica: si inserisce infatti in un'ottica di economia circolare completamente sostenibile, con un minore impiego di materia prima – circa il 10% – (il consumo mondiale di bottiglie di plastica è pari a 16 milioni di tonnellate l'anno), un risparmio di energia superiore al 20% l'anno, il 15% in meno sui costi totali di proprietà e riduzione del 20% sugli spazi occupati in magazzino.

Gianfranco Zoppas, Presidente di Zoppas Industries, ha dichiarato: “Con Xtreme Renew proponiamo un macchinario all'avanguardia e sostenibile, sia in termini di saving sui costi dei processi aziendali che in termini di sostenibilità ambientale. Un sistema, nato dalla sinergia tra le migliori tecnologie di Sipa e il nostro partner Erema, che testimonia il nostro impegno a investire in ricerca e sviluppo per garantire gli altissimi standard qualitativi che costituiscono la cifra distintiva dei nostri prodotti. L'innovazione tecnologica e dei processi produttivi, unita ad un'ormai imprescindibile attenzione alla sostenibilità ambientale, sono due driver strategici che contribuiranno a sostenere ed ampliare la capacità competitiva della nostra azienda sui mercati internazionali”.

Il sistema si basa su un processo estremamente innovativo, conforme agli standard internazionali per il riciclo di Pet a contatto con gli alimenti, integrato a valle con lo stampaggio ad

iniezione di preforme Xtreme di Sipa, una tecnologia che da sola permette di produrre contenitori più leggeri – circa il 10% rispetto alle tecnologie tradizionali – con pressione e stress sul materiale molto inferiore e che può essere collegata a valle con una soffiatrice per la realizzazione delle bottiglie e con i sistemi di riempimento.

Nella soluzione integrata Xtreme Renew, il melt prodotto viene convogliato direttamente al sistema di produzione preforme con inietto-compressione Xtreme di Sipa, senza la necessità di una fase di raffreddamento e di produzione dei pellet, con un notevole vantaggio in termini di riduzione dei consumi energetici e di danno termico del Pet.

Xtreme Renew è solo l'ultima delle tecnologie all'avanguardia sviluppate da Sipa che contribuirà a spingere la crescita dell'azienda. Sipa, infatti, è uno dei maggiori produttori al mondo di sistemi per l'engineering e la realizzazione di stampi e contenitori in Pet e impiega più di 1.100 persone. Nel 2017, il fatturato previsto dovrebbe raggiungere i 230 milioni, in forte incremento rispetto all'esercizio precedente. Con sede in Italia, l'azienda può contare su 17 filiali di vendita, 3 stabilimenti produttivi (due siti in Italia e uno in Cina) e 30 centri di servizio post vendita per la fornitura di supporto tecnico e parti di ricambio. Ha installato 7.200 sistemi in 147 diversi Paesi e conta 2.600 clienti, tra cui i maggiori gruppi di beverage a livello mondiale. La percentuale di export è di oltre il 95%.

Sipa è parte del Gruppo Zoppas Industries, una realtà da oltre 700 milioni di fatturato annui, con 16 stabilimenti produttivi presenti in tutti i continenti. Il Gruppo è leader mondiale nella progettazione e realizzazione di resistenze e sistemi riscaldanti per applicazioni che vanno dalle apparecchiature domestiche, ai satelliti, fino all'automotive. Nel mese di maggio il Gruppo Zoppas Industries e H-Farm hanno lanciato un'iniziativa di ricerca per tre talenti al fine di creare una nuova startup in grado di apportare innovazione e accompagnare nel processo di trasformazione digitale la Sipa. Si tratta di una vera e propria startup on demand, terzo caso nell'ambito dei servizi di open innovation che H-Farm offre alle aziende del territorio e che risponde ad una speci-

fica necessità di Sipa: lo sviluppo di una piattaforma digitale aperta per l'analisi e visualizzazione dei dati attraverso modelli predittivi e per lo sviluppo di servizi alle imprese. Le candidature hanno riguardato tre figure specifiche: Full Stack Developer che dovrà definire l'architettura tecnologica del progetto, prototipare e poi di realizzare la piattaforma digitale, lavorando con il team tecnico di Sipa per l'interfacciamento delle fonti di dati disponibili; Data Analyst che dovrà valorizzare al meglio i dati che la piattaforma riceverà per creare le soluzioni, servizi e prodotti che ogni giorno aiuteranno i clienti della startup a prendere le giuste decisioni per il loro business; UI/UX Designer che dovrà disegnare l'intera esperienza della piattaforma con interfacce innovative per la visualizzazione e la gestione dei dati, sezioni e-commerce e di marketplace.

Prima dell'inserimento in azienda, la nuova startup partecipa ad un percorso di accelerazione della durata di 4 mesi in H-Farm. Il team viene accompagnato in un percorso di crescita per portare innovazione nei processi aziendali, attraverso una prototipazione veloce, e una positiva collaborazione con lo staff di Sipa.

“Il progetto è nato da un'intuizione del dottor Gianfranco Zoppas, il nostro Presidente, – ha detto Enrico Gribaudo, Direttore generale di Sipa – e si pone l'obiettivo di proporre un nuovo modo di lavorare, in cui la digitalizzazione diviene un mezzo e non il fine per la nuova rivoluzione industriale. Questo progetto punta a cambiare il nostro modello di business B2B, mettendo al centro non solo il cliente inteso come azienda ma le singole persone all'interno dell'organizzazione aziendale rendendole in grado di reperire informazioni e dati sulla base di specifiche necessità ed esigenze. Le fondamenta del progetto saranno la trasparenza, l'accessibilità e la fruibilità di informazioni utili ed essenziali (lean data)”.

Irca S.p.A., altra società del Gruppo Zoppas, ha costituito in Russia, nella Regione di Vladimir, la Zoppas Industries Vladimir con la partecipazione nella società russa di Finest S.p.A., la finanziaria del Trivento per lo sviluppo internazionale delle imprese, in passato già partner di Irca in Romania.

Irca è leader mondiale nella produzio-

ne di resistenze elettriche e sistemi riscaldanti per le applicazioni domestiche e industriali. La sede principale è a San Vendemiano, dove è nata negli anni '60 e da cui ha preso avvio una storia di espansione internazionale, che L'ha portata a confrontarsi come leader di mercato con le più importanti multinazionali del settore, puntando su prodotto e completezza di gamma. Grazie a investimenti in R&S, personale altamente qualificato e un servizio post-vendita organizzato, Irca è riuscita nell'impresa non facile di fidelizzare i più importanti buyers mondiali del calibro di Whirlpool, Beko, De' Longhi, Indesit, Electrolux, Miele e Smeg.

L'investimento è stato seguito in loco dal Branch Office di Finest a Mosca, che ha evidenziato come l'insediamento di Irca in Russia costituisca una risposta efficace dell'azienda alle storiche criticità legate alle barriere d'entrata al mercato russo, rappresentate principalmente dai dazi doganali e dalle fluttuazioni del cambio. Via libera anche per il timing molto favorevole della scelta strategica di Irca: coglie infatti le opportunità storiche offerte dall'imponente progetto di rafforzamento industriale interno del governo russo, impostato sul principio cardine dell'import substitution e riconfermato anche nel maggio scorso con decreto del Presidente Putin.

“L'investimento è mirato a servire specificatamente il mercato russo, caratterizzandosi per addizionalità rispetto agli insediamenti già in essere del Gruppo, che rimane radicato sul territorio italiano. Elemento questo di forte adesione alla mission di Finest” – ha detto il Presidente di Finest Mauro Del Savio. “La Partecipata russa che abbiamo costituito a Stavroro, a 200 km da Mosca, risponde ad una precisa richiesta da parte di alcuni nostri importanti clienti locali – ha detto Gianfranco Zoppas, Presidente del Gruppo Zoppas Industries; i nostri principali destinatari sono infatti i grandi Tiers 1: soggetti che dispongono di un elevato potere contrattuale e che fanno sì che il nostro mercato sia fortemente competitivo. Irca ha scelto di giocare la partita sul piano della qualità, dei tempi di risposta rapidi e della customizzazione del prodotto: elementi che possiamo controllare al meglio con una produzione locale” specifica il Presidente Zoppas. “Dall'investimento russo ci attendiamo l'acquisizione di nuovi

clienti e una maggiore fidelizzazione degli attuali, con un ritorno in termini di crescita di fatturato e occupazione per l'intero Gruppo, saldamente nelle mani della famiglia Zoppas”.

Nel territorio trevigiano, Irca finanzia, usufruendo dell'art bonus, la realizzazione del nuovo impianto di illuminazione delle sale adibite a galleria di mostre d'arte e sede di incontri culturali del Municipio di San Pietro di Feletto, situato nella frazione di Rua di Feletto. L'intervento, del valore di 40mila euro, in buona parte coperti dal finanziamento privato, prevede l'adeguamento dell'impianto d'illuminazione dei saloni posti sui tre piani dell'edificio municipale di via Marconi, un antico monastero che ospita da anni esposizioni di artisti provenienti dal Veneto e dal resto d'Italia.

Foto: Gianfranco Zoppas

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

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

## ALCEDO

Alcedo SGR S.p.A., operatore di Private Equity indipendente e leader nel Capitale per la Crescita, con sede a Treviso, nel mese di settembre ha realizzato il suo quinto investimento con il Fondo Alcedo IV, avente una dotazione di 195 milioni di Euro la cui raccolta è stata completata a maggio 2016. Il capitale investito con il Fondo Alcedo IV ammonta già a 80 milioni di euro.

Nel corso del 2017 Alcedo SGR ha effettuato 2 investimenti.

Nel mese di marzo ha acquisito, in co-investimento con il management dell'azienda, l'intero capitale sociale di Duplomatic Oleodinamica S.p.A. di Parabiago (Milano) – oggi rinominata Duplomatic MS S.p.A. – primario operatore italiano nel mercato del motion control, al fine di supportarne l'ulteriore crescita nei mercati mondiali. Il Gruppo Duplomatic è leader nella progettazione, produzione e commercializzazione di valvole, cilindri, pompe e sistemi per l'oleodinamica, nonché di prodotti per il mercato dell'elettromeccanica. Roberto Maddalon, Amministratore Delegato e azionista (unitamente a Francesco Ferrari, CFO del Gruppo, e ad altri manager) di Duplomatic MS, è rimasto alla guida dell'azienda, divenendone altresì Presidente e confermando così il suo pieno coinvolgimento

nella gestione dell'attività.

Con un fatturato consolidato di circa 70 milioni di euro, Duplomatic MS opera attraverso cinque siti produttivi in Italia, uno negli Stati Uniti ed uno in Cina. Il Gruppo è stato fondato nel 1952 come sviluppatore di sistemi meccanici per macchine utensili e successivamente negli anni sessanta si è specializzato nella produzione e vendita di componenti e sistemi oleodinamici per il settore industriale. Negli ultimi anni, il Gruppo è cresciuto costantemente sui mercati internazionali, sia per linee interne, sia attraverso acquisizioni mirate che hanno reso Duplomatic MS sempre più una realtà globale con una posizione affermata e riconosciuta nell'ampio mercato del motion control. Michele Gallo, Managing Partner di Alcedo SGR, ha così commentato: “Duplomatic MS è un'eccellenza italiana che compete con successo nel mercato globale, con un profilo multinazionale, un management team altamente qualificato ed una forte vocazione all'export che si pone come obiettivo futuro quello di sviluppare sempre più soluzioni tecniche di movimento diversificate tra loro, in aggiunta all'offerta di sistemi per l'automazione con applicazioni che spaziano dall'oleodinamica, all'idraulica e all'elettromeccanica”.

Per Alcedo l'operazione è stata condotta dai Partner Michele Gallo e Marco Guidolin. Nel mese di settembre Alcedo SGR ha poi acquisito, in co-investimento con l'Amministratore Delegato dell'azienda, l'intero capitale sociale di Agrimaster S.p.A. di Molinella (Bologna), società leader nella progettazione, produzione e commercializzazione di macchinari ed attrezzature per il settore agricolo, dedicate principalmente alla preparazione ed al trattamento del suolo. L'Ingegnere Luciano Paiola, Presidente e Amministratore Delegato nonché azionista di Agrimaster, è rimasto alla guida dell'azienda. Agrimaster e la sua controllata Breviglieri operano attraverso due impianti produttivi in Italia, situati a Molinella (Bologna) ed a Nogara (Verona), e realizzano un fatturato consolidato pari a circa 27 milioni di euro, con una quota di export pari a quasi l'80%.

Agrimaster è stata fondata nel 1984. Inizialmente la società era attiva nella produzione e distribuzione di trincee per il settore agricolo ed ha successiva-

mente ampliato la propria gamma prodotti, che include oggi anche bracci decespugliatori ed atomizzatori. Con l'importante acquisizione ad inizio 2016 di Breviglieri, specializzata da oltre sessant'anni nella produzione e commercializzazione di attrezzature per la preparazione del terreno e, in particolare, di erpici e zappatrici, Agrimaster ha consolidato la sua posizione di leadership nel mercato delle attrezzature agricole.

Maurizio Tiveron, Presidente di Alcedo SGR, ha così commentato: "Il Gruppo Agrimaster-Breviglieri è una realtà italiana che ha saputo sviluppare un posizionamento competitivo di successo, grazie a due brand sinonimo di qualità ed affidabilità conosciuti anche a livello internazionale e alla guida di un management altamente qualificato".

Per Alcedo l'operazione è stata condotta dai Partner Maurizio Tiveron e Michele Gallo, nonché da Alessandro Zanet (Senior Investment Analyst) e Gioia Ronchin (Investment Analyst).

Entrambi gli investimenti rientrano nella strategia del Fondo Alcedo IV, che investe in piccole e medie imprese italiane leader nel proprio mercato di riferimento e che presentano un forte potenziale di crescita. Alcedo SGR è uno dei principali operatori nel private equity in Italia ed è specializzata nella gestione di Fondi di Investimento Alternativi Mobiliari di Tipo Chiuso Riservato. La società ha sede a Treviso e da quasi 30 anni si dedica ad attività di investimento nelle eccellenze italiane, con un focus prevalente sulle piccole e medie imprese del Nord e Centro Italia. Il Team di Investimento di Alcedo ha sviluppato un approccio unico all'investimento in Capitale per la Crescita ("Growth Capital"), basato non solo sull'apporto finanziario ma anche e soprattutto sulla capacità di instaurare stretti rapporti di partnership con gli imprenditori e i manager, finalizzati ad alimentare il processo di crescita delle aziende oggetto dell'investimento, secondo piani e prospettive condivise con i soggetti medesimi, mettendo a servizio le esperienze maturate e le eventuali sinergie derivanti dalle diverse esperienze partecipative.

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

## DITRE ITALIA



Sotto l'auspicio dell'Ambasciatore italiano del Libano Massimo Marotti, Ditre Italia S.r.l. di Cordignano ha inaugurato il 7 giugno il nuovo spazio al Farra Design Center di Mkalles con un elegante evento a tema dal titolo Story Unfolds, alla presenza dello stesso Ambasciatore Marotti, di Ronald Farra, Ceo di Farra Design e di Michele De Marchi, Ceo di Ditre Italia. L'evento ha ospitato la conferenza dell'Architetto Daniele Lo Scalzo Moscheri, Art Director di Ditre Italia, che ha parlato di design e arredamento spiegando: "Tutti i progetti iniziano come un sogno. Io non voglio raccontarli. Voglio solo mostrarli". Il taglio del nastro ha dato il via all'inaugurazione dell'elegante showroom Ditre Italia, a cui è stato assegnato in esclusiva il primo piano della galleria del Farra Design. Altra presenza internazionale di Ditre Italia in occasione dell'inaugurazione del Miami Addison House alcuni dei suoi prodotti di punta come i divani St. Germain e Kanaha e le poltroncine St. Tropez e Daytona del designer Daniele Lo Scalzo Moscheri, insieme alle nuove collezioni di tavolini e complementi d'arredo Kevin design Edi&Paolo Ciani Design, David e Monolith design Spessotto&Agnoletto.

Il Miami Design District è un quartiere dedicato alle esperienze innovative di moda, design, architettura e food. Oggi è sede di oltre 130 gallerie d'arte, showroom, eventi creativi, aziende di architettura, negozi di alta moda, negozi di antiquariato, ristoranti e bar.

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

## CAME

La tecnologia di Came S.p.A. di Dosson di Casier è volata in Kazakhstan per aprire le porte ai visitatori di Astana EXPO-2017. È made in Italy il sistema di controllo accessi progettato per gestire gli ingressi al sito dell'Esposizione Universale dedicata al tema "Energia



del futuro". Il sistema realizzato da Came, Gruppo leader nella fornitura di soluzioni tecnologiche integrate per l'automazione di ambienti residenziali, pubblici e urbani, ha gestito l'accesso dei 5 milioni di persone all'evento tra giugno e settembre. Al centro della piattaforma tecnologica sviluppata da Came c'era il tornello a tripode XVia, dotato di testa di lettura intelligente e progettato dal Gruppo per Expo Milano 2015. Questa automazione è stata appositamente studiata per gestire la grande complessità di dati e di variabili connesse alla lettura di tutti i tipi di titoli d'ingresso e l'elevato numero di periferiche e di visitatori che hanno avuto accesso nello stesso momento al sito espositivo di Astana.

Forte dell'esperienza di Expo Milano 2015, che in soli 6 mesi ha visto il passaggio di oltre 21 milioni di visitatori, la soluzione proposta si basava su un sistema innovativo, in grado di dialogare con le tecnologie di controllo, sicurezza, sorveglianza e connettività più efficienti presenti oggi sul mercato, dimostrando la capacità dell'azienda di proporsi come solution provider in grado di gestire sistemi complessi. Gli accessi pedonali del polo espositivo di Astana sono stati controllati da 56 tornelli automatici XVia e da 4 tornelli a battente Saloon, appositamente installati per gestire l'ingresso dei visitatori diversamente abili. Sono stati presenti, inoltre, 11 tornelli a tripode Twister per l'accesso agli uffici degli organizzatori e al centro logistico. Ha completato la fornitura anche un sistema di gestione automatica dei parcheggi per l'accesso di abbonati, visitatori, operatori e VIP alle 8 aree di posteggio presenti all'esterno del sito espositivo che dispongono complessivamente di 5.300 posti auto, alle quali si sono aggiunte le 3 aree riservate allo staff dell'evento, con 350 posti auto.

Complessivamente sono state installate 100 unità di ingresso e uscita, di cui 14 a doppia altezza per i pullman,

18 telecamere OCR per il riconoscimento della targa delle auto, 20 casse automatiche PS One per il pagamento della sosta, 35 tabelloni segnaletici per la gestione degli spazi gratuiti e 12 barriere Gard, per un totale di 185 dispositivi collegati. Il sistema è stato gestito da un unico server rindonato collegato a tutte le aree attraverso una complessa rete in fibra ottica, un'unica rete di supervisione e monitoraggio in tempo reale, che prevedeva anche un sistema Voip per la gestione delle chiamate citofoniche provenienti dai varchi e dalle casse automatiche. I visitatori hanno potuto quindi accedere ai parcheggi con il biglietto tradizionale o accreditarsi attraverso un badge con chip Myfare. È stata prevista, inoltre, la possibilità di inviare inviti con QR code che possono essere utilizzati da smartphone o su supporto cartaceo per accedere anche gratuitamente alle aree di parcheggio. Grazie all'esperienza dei tecnici in campo tutto l'impianto di gestione dei parcheggi è stato completato e messo in servizio in soli 20 giorni lavorativi. Attraverso la tecnologia Came Connect, è stato possibile gestire da remoto le automazioni presenti sulla piattaforma di Astana Expo-2017.

Il programma, installato presso la control room dell'Esposizione Universale, veniva utilizzato per monitorare in tempo reale e in modo centralizzato il sistema di controllo accessi, inviando attraverso e-mail eventuali alert. Pensato per essere integrato in grandi progetti, XVia di Came coniuga innovazione tecnologica e minuziosa ricerca estetica. Il design ricercato, lo stile minimale e la struttura compatta permettono al tornello di inserirsi in modo armonico e discreto nella più varia tipologia di ambienti e di essere personalizzato con il logo dell'evento fieristico in corso. La costante connessione alla rete Ethernet consente, inoltre, di controllare in tempo reale tutte le funzionalità dell'impianto. Il design del tornello è stato studiato anche per comunicare con i visitatori attraverso segnalazioni luminose e sonore, rendendo più rapida la fase di accesso, che avviene in soli 5 secondi, e riducendo code e lunghe attese. Gli indicatori direzionali luminosi garantiscono, infatti, sicurezza e facilità di passaggio nei contesti in cui i flussi sono elevati: la segnalazione luminosa consente

di comprendere in modo immediato quando è possibile transitare. Grazie alla motorizzazione di serie, la soluzione XVia prevede la pre-rotazione del tripode che viene attivata non appena convalidato il titolo d'accesso, facilitando così il passaggio dell'utente. In caso di particolari esigenze o qualora sia necessario liberare immediatamente il passaggio, XVia dispone della funzione di caduta braccio; a emergenza rientrata, è possibile attivare, anche da remoto, il riarmo automatico.

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

## CENTRO DI MEDICINA



Il 23 settembre è stata inaugurata a Padova Villa Maria, nella storica sede di via delle Melette, oggi la più importante struttura convenzionata della città. Fondata nel 1956 dal Dottor Luigi Volpe e dal 2013 entrata a far parte della Gruppo Centro di Medicina, ha cambiato volto e dopo un lungo intervento di restyling si presenta ai padovani completamente rinnovata. Ben 9 i milioni di euro di investimento per una clinica di 5 piani per 7mila metri quadrati, con 140 posti letto autorizzati di cui 88 accreditati, 1.500 i ricoveri per circa 30mila giornate di degenza ogni anno. Una realtà in cui operano oltre 160 addetti tra personale sanitario (110) e medici specialisti (60), con ben 120mila prestazioni annue per i servizi di cui il poliambulatorio specialistico, radiologia e laboratorio analisi (servizi convenzionati), riabilitazione ortopedica e neurologica e lungodegenza (convenzionate), sala operatoria (ben 8 le branche autorizzate: 8 chirurgiche con ricovero (Ortopedica, Oculistica, Urologica, Day surgery, Vascolare, chirurgia generale, plastica, otorinolaringoiatria ORL). Creati anche 90 nuovi posti auto.

A ottobre il Centro di Medicina è arrivato a Castelfranco Veneto (ex Castelmonte Salute), offrendo sia servizio di Poliambulatorio e Medicina sportiva e del lavoro, ma anche fisioterapia e riabilitazione. È anche punto prelievi.

Il Gruppo Centro di medicina, nato 35 anni fa a Conegliano e cresciuto dapprima nella Marca, negli ultimi due anni ha saputo aggregare sei realtà in quattro diverse province diventando il primo gruppo veneto per presenza capillare sul territorio. È oggi riferimento per circa 600mila pazienti veneti, presente in 6 province (Treviso, Venezia, Vicenza, Verona, Padova e Belluno), con 18 sedi ed oltre 350 dipendenti. Può contare su circa 850 medici specialisti collaboratori e una rete di ben 26 punti prelievo (interni ed esterni) in tutto il Veneto.

“Nei prossimi cinque anni a sanità veneta vedrà, oltre al pubblico, un gruppo ristretto di operatori. Per essere competitivi e all'altezza delle aspettative dei pazienti veneti, in questo scenario, che vede e ha visto i fondi di investimento esteri farla da padrone – spiega Vincenzo Papes, Amministratore del Gruppo – stiamo consolidando la nostra presenza sul territorio, investendo in nuove tecnologie e risorse umane, oltre a continuare l'operazione di aggregazione che ci ha portati negli ultimi anni ad una realtà di 18 strutture”. “Molti pazienti si rivolgono a noi perché ci riconoscono dopo 35 anni di presenza sul territorio come soggetti affidabili e completi nella disponibilità di servizi alla salute – continua Vincenzo Papes. – Per fare questo ogni anno manteniamo invariato il trend di investimenti con una media di 4,5 milioni di euro, che ci permette di aggiornare costantemente strutture e standard medicali. Inoltre investiamo in selezione e formazione del personale. Da inizio anno abbiamo già assunto 40 nuovi dipendenti. Inoltre, investiamo in personale giovane, con una media di età tra i 30 e 40 anni, il 70% donne”.

Il Gruppo Centro di medicina (nato nel 1982 in provincia di Treviso) è oggi una rete di strutture sanitarie private e convenzionate unite in un unico gruppo, nella stessa regione, il Veneto, con più sedi e soprattutto più servizi: 6 Radiologie (Conegliano, Treviso,

San Donà di Piave, Mestre, Padova, Verona), 26 punti prelievi (tra interni ed esterni), 6 laboratori analisi (Conegliano, Treviso, San Donà di Piave, Mestre, Padova, Montebelluna), 5 blocchi operatori (Treviso, Padova, Vicenza, Verona, San Donà di Piave), 4 Centri PMA (Procezione Medicalmente Assistita) (San Donà di Piave, Treviso, Vicenza e Mestre), un centro regionale di Chirurgia refrattiva, che effettua oltre 700 interventi l'anno (Treviso), un'equipe riabilitativa con oltre 35 tra fisiatristi ed ortopedici, 80 fisioterapisti e 15 laureati in scienze motorie. Tanti poliambulatori che sul territorio effettuano annualmente più di 400mila visite specialistiche. Con la medicina del lavoro, inoltre, il Gruppo dà assistenza ad oltre 50mila lavoratori (pubblici e privati); con la Medicina dello Sport a fare prevenzione per oltre 30mila atleti veneti agonisti e non.

Il fatturato complessivo del Gruppo si sta consolidando anche per quest'anno di poco sopra ai 50 milioni di euro, con un trend di crescita previsto dell'8%.

“Crescere per noi è una scelta obbligata, per essere competitivi nella sanità odierna. Non possiamo però continuare ad investire in un contesto in cui le regole cambiano di continuo, non sappiamo davvero come comportarci, cosa fare. Ne va degli investimenti, ne va dei posti di lavoro – conclude Vincenzo Papes -. Un'altra condizione essenziale per dare servizi adeguati ai pazienti veneti riguarda la carenza di medici, sottolineata dai medici di base ma avvertita pesantemente anche per quanto riguarda gli specialisti. La nostra sanità rischia il declino. Oggi dalle scuole di specializzazione escono meno specialisti di quanti non ne vadano in pensione. E questo mette in ginocchio il sistema. Per questo come realtà della sanità privata e convenzionata chiediamo alla Regione un tavolo permanente per affrontare queste questioni dell'agenda della sanità veneta non più procrastinabili”.

Foto: Vincenzo Papes

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

## VOLTECO

Volteco S.p.A. di Ponzano Veneto, azienda di riferimento nel settore degli impermeabilizzanti per l'edilizia, ha maturato nel tempo elevatissime capacità



tecniche nel settore ed è in grado, oggi, grazie al reparto Ricerca & Sviluppo, di proporre un catalogo di prodotti specialistici: una scelta completa di soluzioni per l'impermeabilizzazione, attentamente studiata e progettata sulle reali e concrete esigenze di installatori e professionisti del settore, per rispondere efficacemente a tutte le difficoltà di intervento legate all'impermeabilizzazione.

I sistemi per l'impermeabilizzazione dei locali interrati, di piscine e vasche in genere, le soluzioni per l'impermeabilizzazione delle coperture piane e per la protezione impermeabile delle facciate, uniti ai sistemi per il risanamento delle murature dagli effetti dell'umidità di risalita, rappresentano i 5 ambiti principali dell'azienda.

Volteco è una realtà che da sempre si distingue per l'alto livello tecnico, per la sicurezza e la qualità dei prodotti e dei sistemi proposti sul mercato. Grazie alle conoscenze e alle competenze maturate nel corso della sua lunga esperienza, anche e soprattutto sul campo al fianco degli applicatori, si è creata una reputazione nel settore che rappresenta un valore aggiunto, costantemente alimentato dal mantenimento di uno standard alto a livello di prodotti e servizi offerti. I 7.000 controlli sulle materie prime effettuati ogni anno e i 17.000 sui prodotti in uscita ne sono sicuramente la dimostrazione.

La specializzazione in crescita e il desiderio di emergere per qualità e innovazione, hanno portato l'azienda a fare due passi importanti e decisivi per il proprio futuro.

Il primo è *Amphibia*: la membrana idroreattiva, costituita da molteplici strati a funzionalità differenziata, che a contatto con l'acqua permette ai diversi strati di rigonfiarsi ciascuno in modo specifico per ottenere così una totale

ed efficace impermeabilizzazione delle strutture interrate. Frutto di un lungo lavoro e di un attento studio iniziati nel 2006, grazie anche alla collaborazione con alcune Università e a partnership con istituti internazionali di ricerca e gruppi industriali specialistici, *Amphibia* traduce in realtà un nuovo concetto di impermeabilizzazione. L'innovativa soluzione tecnologica si basa sull'impiego dei Super Absorbent Polymers (SAP), dei polimeri dalla struttura molto articolata – utilizzati per la prima volta negli USA nei primi anni '60 – che sono in grado di assorbire enormi quantità d'acqua aumentando il loro volume e di collaborare per una tenuta stagna di tutto il sistema impermeabile. Costato circa 4 milioni di euro, è un sogno che è diventato realtà. Un traguardo mai raggiunto sino a oggi.

Altro primato sul fronte del confezionamento sottovuoto. Volteco, infatti, ha recentemente installato presso lo stabilimento di Ponzano Veneto una linea completa di riempimento e palletizzazione, seconda in Italia e quinta nel mondo per la tipologia di sottovuoto che applica al confezionamento di prodotti cementizi in polvere. In un mercato dove i prodotti impermeabilizzanti sono sempre più la combinazione tra il delicato equilibrio di alte prestazioni tecniche, rapidità di utilizzo e capacità di adattamento a diversi fattori climatici e ambientali, un packaging totalmente ermetico è garanzia che il prodotto mantenga inalterate le proprie caratteristiche nel tempo.

Un milione di euro circa investito al servizio di una tecnologia innovativa, che si avvale della tecnica più all'avanguardia per garantire un confezionamento pulito e perfetto che assicura la totale estrazione dell'aria contenuta nella confezione e successivamente la sua chiusura ermetica. Il risultato è un prodotto integro, protetto dall'umidità che mantiene inalterate le sue caratteristiche prestazionali per tutto il tempo di stoccaggio, anche all'esterno, in qualsiasi periodo dell'anno. A questo si aggiunge un risparmio di circa il 30% nelle dimensioni del singolo sacco con conseguenti risparmi in termini logistici lungo tutta la filiera e la possibilità di differenziare e riciclare i sacchi in cantiere, esigenza quest'ultima sempre più sentita dagli specialisti del settore. Nulla di strano per una realtà che, da sempre, fonda le sue radici nella ricer-

ca; per una realtà che, quotidianamente, si impegna a individuare il giusto equilibrio tra politica della qualità, sicurezza e ambiente; per una realtà che ha creato un severo Sistema di Gestione Integrato con l'obiettivo di migliorare i processi e rendere sinergiche le azioni di tutti i reparti, utilizzando metodi di lavoro condivisi, aggiornamento e confronto continuo e, conseguente, individuazione delle responsabilità. E così, oggi, grazie a una serietà che si traduce in ogni singola azione, Volteco conta più di 80 dipendenti, più di 100 collaboratori sul territorio italiano e più di 250 installatori selezionati, formati e qualificati, che costituiscono il Team Volteco H2Out: l'albo in cui sono iscritte le imprese specializzate che hanno effettuato un percorso formativo ed esperienziale sulle tecnologie e sulle metodologie applicative dei prodotti Volteco. Grazie al driver dell'innovazione i prodotti sono attualmente distribuiti in 23 Paesi, ma gli obiettivi sono ambiziosi. Da qui a 5 anni, infatti, il piano industriale dell'azienda prevede una crescita di fatturato di almeno un 10% annuo, lo sviluppo di nuove partnership industriali e di nuove tecniche, la conquista di nuovi segmenti di mercato dedicati in particolare alla pre-fabbricazione e alla grande cantieristica e un incremento di alcuni mercati esteri dove i prodotti edili di nuova generazione, come quelli recentemente lanciati da Volteco, sono già un requisito di mercato.

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

## UMANA



Digitalizzazione e formazione di competenze: la quarta rivoluzione industriale è un processo ineluttabile per le imprese italiane che si muove rigorosamente a doppia trazione. Ma se il processo di digitalizzazione delle aziende è oggi per buona parte in fase avanzata, la ricerca di risorse professionalizzate rischia di costituire per queste l'e-

lemento debole di una delicata catena di trasmissione.

Sul mercato mancano professionalità tecnico scientifiche e la formazione è oggi considerata, a ragione, il vero nodo da sciogliere. Le aziende ricercano competenze capaci di inserirsi immediatamente nei cicli produttivi, ma trovano ancora insufficienti le risposte che arrivano dalla scuola. Emerge dunque l'esigenza di sviluppare percorsi formativi che preparino i ragazzi al mondo del lavoro e dell'impresa.

È per questo che Umana prosegue il convinto cammino volto a promuovere l'Apprendistato, in particolare di Alta Formazione, anche in somministrazione, quale soluzione formativa integrata di alto valore aggiunto capace di rispondere alle necessità di professionalità tecniche per le aziende 4.0.

Rivolto a giovani dai 18 ai 30 anni, l'Apprendistato di Alta Formazione è espressione di quel sistema duale in cui il mondo del lavoro e quello della formazione dialogano e si contaminano proficuamente, contribuendo a ridurre quel disallineamento tra domanda e offerta di figure e competenze professionali denunciato dalle imprese italiane. Il contratto di Apprendistato in somministrazione è una strategica leva di placement per le imprese, per i giovani e per le istituzioni formative in termini di flessibilità, funzionalità ed efficacia. Le aziende potranno godere dei vantaggi del rapporto triangolare proprio della somministrazione individuando le figure che più si attagliano alle loro esigenze, scegliendo giovani promettenti e motivati, intravedendo in loro i futuri collaboratori di fiducia, addestrandoli professionalmente sotto la propria guida e monitoraggio.

I giovani, accanto ad un percorso formativo che ha per fine l'ottenimento dei titoli di studio siano questi di istruzione tecnica superiore (ITS) o universitari (laurea triennale e specialistica) potranno a loro volta godere dei vantaggi di un contratto di lavoro a tempo indeterminato con Umana. Un modello, questo, che garantisce loro un'opportunità di ingresso al lavoro fin da subito contrattualmente normato e sicuro, godendo del vantaggio competitivo di imparare lavorando attraverso un percorso di formazione mirata, qualificante, professionalizzante, riconoscibile, tracciabile e verificabile, e quindi

spendibile per il futuro.

“L'inserimento dei ragazzi in Apprendistato di Alta Formazione nelle nostre aziende clienti e la partecipazione di queste alla formazione e all'inserimento dei nuovi tecnici avanzati – spiega Maria Raffaella Caprioglio, Presidente di Umana – sono favoriti dagli indubbi benefici generati dalla vera contaminazione quotidiana tra chi fa impresa e chi fa scuola. Una sinergia che cerchiamo di favorire e che crediamo possa dare un importante contributo di crescita economica, occupazionale e sociale a tutti gli attori coinvolti”.

L'Apprendistato di Alta Formazione in somministrazione è un modello grazie al quale tutti vincono: le aziende, i giovani e l'intero mercato del lavoro.

Foto: Maria Raffaella Caprioglio

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

## A&A

È ufficialmente decollato – dopo un'attesa durata decenni – il progetto che riqualifica il mercato ortofrutticolo di Treviso, uno dei mercati più vecchi del Veneto, che connota l'area delle Stiore. La formula vincente, che è riuscita a mettere insieme la volontà del Pubblico (Comune di Treviso) e le risorse dei Privati (C.O.M Treviso S.r.l. quale proponente ed espressione unitaria degli imprenditori ortofrutticoli), è quella del project financing, un approccio nuovo per Treviso per il quale la consulenza di A&A S.r.l. di Villorba è stata determinante, vista la complessità e l'entità degli aspetti economici e finanziari che il progetto ha richiesto.

L'intera operazione avrà un costo complessivo di 5 milioni e 200mila euro, prevede una cantierizzazione rapida (non più di 6 mesi), e verrà concepita in ottica totalmente smart per rispondere alle esigenze di modernizzazione di una struttura fondamentale per la città, ma obsoleta e vetusta, progettata nel 1956 ed inaugurata nel 1960.

Ad affiancare la consulenza manageriale, finanziaria ed economica di A & A, hanno contribuito altre competenze ingegneristiche (Urban Professionals), e legali (Studio Barel Malvestio e associati): nell'insieme, grazie ad un prezioso lavoro di squadra, i 60mila metri quadri del mercato, con le attuali 12 strutture esistenti, verranno riqualificati, con una grande copertura in

acciaio che caratterizzerà in maniera innovativa uno dei principali ingressi in città, cambiando il volto delle Stiore, garantendo la sostenibilità ambientale e soprattutto consentendo agli attuali 500 addetti di lavorare, nelle ore notturne, in condizioni di sicurezza, coperti soprattutto da gelo ed intemperie a vantaggio degli oltre 300 dettaglianti che ogni mattina si recano al mercato.

**[www.aeaconsulenza.it](http://www.aeaconsulenza.it)**

### **ASCOPIAVE**

Il Consiglio di Amministrazione di Ascopiave S.p.A., riunitosi il 7 novembre ha approvato il resoconto intermedio di gestione del Gruppo Ascopiave al 30 settembre 2017.

Il Presidente di Ascopiave, Nicola Cecconato, afferma che “I risultati che comunichiamo si confermano positivi anche in questi primi nove mesi del 2017. Il Gruppo procede nell’implementazione del percorso strategico impostato dal Consiglio di Amministrazione e dal Management: l’elevata redditività e l’equilibrio finanziario del Gruppo, tra i migliori del settore, dimostrano come il Gruppo disponga di tutte le potenzialità tecniche, economiche, organizzative e finanziarie per affrontare con efficacia le sfide poste dalle gare d’ambito e per proseguire nel percorso di consolidamento commerciale”.

Il Gruppo Ascopiave chiude i primi nove mesi 2017 con ricavi consolidati a 377,3 milioni di euro, rispetto ai 353,3 milioni di euro registrati nei primi nove mesi dell’esercizio 2016 (+6,8%). L’incremento è determinato in prevalenza dalla crescita dei ricavi da vendita di gas naturale (+4,2 milioni) e dai maggiori contributi ricevuti per il raggiungimento degli obiettivi di risparmio energetico (+19,7 milioni).

Il margine operativo lordo dei primi nove mesi dell’esercizio 2017 si attesta a 58,9 milioni di euro. Il risultato operativo dei primi nove mesi dell’esercizio 2017 si attesta a 41,6 milioni di euro e il risultato netto consolidato a 33,6 milioni.

Gli oneri finanziari netti, pari a 0,2 milioni di euro risultano in diminuzione rispetto ai primi nove mesi dell’esercizio precedente (-46,0%). Le imposte stanziate a conto economico, pari a 12,7 milioni, diminuiscono di 2 milioni rispetto ai primi nove mesi del 2016

(-13,7%), per effetto della diminuzione delle aliquote Ires vigenti nel 2017 (passate dal 27,5% al 24%) e della minore base imponibile generata.

Il tax rate, calcolato normalizzando il risultato ante imposte dei proventi delle società consolidate con il metodo del patrimonio netto, passa dal 33,1% al 30,7%. La posizione finanziaria netta del Gruppo al 30 settembre 2017, pari a 90,3 milioni di euro, è migliorata di 3,8 milioni rispetto al 31 dicembre 2016. Il rapporto debito/patrimonio netto al 30 settembre 2017 è pari a 0,21 (0,21 al 31 dicembre 2016). L’indicatore si conferma tra i migliori del settore.

**[www.gruppoascopiave.it](http://www.gruppoascopiave.it)**

### **SEISNET**

Cittadini, imprese e Pubblica Amministrazione sempre più vicini grazie al web. Non è uno slogan ma un risultato concreto raggiunto in provincia di Treviso grazie a Unipass, nato dalla collaborazione tra Enti pubblici e Associazioni e sviluppato da Seisnet S.r.l. di Treviso. Unipass (che sta per Sistema Unico Polifunzionale Associato) è la piattaforma informatica in grado di accogliere le richieste e agevolare l’apertura e chiusura di pratiche in maniera celere, ottimizzando tempi e risorse. Il progetto ha mosso i primi passi nel 2010 coinvolgendo il Consorzio Bim Piave, l’Associazione Comuni della Marca, Unindustria Treviso e Pubbliche Amministrazioni, come i Vigili del Fuoco di Treviso la Ulss 2 di Treviso. È stato l’inizio di un processo virtuoso che ha coinvolto un numero sempre maggiore di enti pubblici, connessi in rete per migliorare sé stessi e il proprio servizio ai cittadini. L’adozione del sistema informatico è iniziata con gli Sportelli per le Attività Produttive (Suap) ed Edilizia (Sue) e sta contagiando un numero sempre maggiore di rami della Pubblica Amministrazione col fine di digitalizzare e razionalizzare l’accesso, l’apertura e la gestione delle pratiche pubbliche.

Un progetto complesso che ha richiesto l’intervento sin dalle prime fasi, cinque anni fa, di un team di esperti nella progettazione web che tuttora segue continuamente la manutenzione della piattaforma. Il lavoro svolto da Seisnet nell’implementazione della piattaforma informatica Unipass è stato frutto della sua esperienza ventennale nello

sviluppo di web software innovativi, personalizzati ed efficienti, insieme alla competenza del team in ambito di progettazione, consulenza, fornitura di servizi e sviluppo di applicativi web per la gestione dei flussi di processo B2B, dalla Sales Force Automation alla gestione documentale, fino ai CRM personalizzati. L’istituto della Conferenza dei Servizi gode di un trattamento privilegiato per agevolare e snellire le decisioni della PA che coinvolgono più Enti. Fino all’revisione contenuta del 2016 questo strumento non era riuscito ad esprimere appieno la sua carica innovativa. Adesso la piattaforma sviluppata da Seisnet accoglie perfettamente l’intento del decreto Madia. Appoggiandosi ad Unipass, la Pubblica Amministrazione gode di uno strumento adatto a indire la conferenza digitalmente, eliminando la necessità di presenziare fisicamente e abbattendo i tempi di decisione effettiva degli enti coinvolti. Grazie alle indicazioni della legge e al meccanismo del silenzio-assenso, e al Rappresentante Unico che esprime definitivamente la decisione per conto di tutte le amministrazioni coinvolte, in via telematica, le conferenze si chiudono rapidamente con beneficio per tutta la collettività. Dall’avvio della piattaforma le pratiche amministrative gestite sono state 44mila, che hanno visto collaborare oltre mille funzionari di Comuni ed Enti terzi, per la prima volta uniti in rete.

A titolo di esempio, il periodo tra il 1° luglio 2015 e il 27 luglio 2016 aveva visto la convocazione di 29 conferenze di servizi, con un tempo medio di conclusione pari a 210 giorni di media. Solo per indire la conferenza ci volevano circa tre mesi, e la maggior parte del tempo impiegata per organizzare la compresenza dei rappresentanti dei vari enti. Invece, tra il 28 luglio 2016 al 31 maggio 2017 sono state convocate 67 conferenze di servizi, il 75% delle quali concluso entro un tempo medio di 75 giorni. Tra le conferenze indette 19 sono state in forma simultanea e 48 in forma semplificata. Altro dato interessante riguarda la durata media delle conferenze di servizi indette per tutelare “materia sensibili”. Per queste, che rappresentano il 42% del totale, il tempo stimato medio è stato di 103 giorni. Per tutte le altre conferenze, invece, il tempo medio per la conclusione è stato pari a 53 giorni. Numeri che rendono la Marca un caso di studio per tutta Italia. Non a

caso il Mise ha accreditato Unipass come la più estesa rete territoriale telematica pubblica a livello nazionale.

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

## HEADS COLLECTIVE



Dieci anni di Heads Collective: dieci anni di progetti e di ricerche ma soprattutto dieci anni di incontri e di persone, secondo quell'idea di "collettivo" che contraddistingue da sempre lo studio di comunicazione di Treviso, fondato nel 2007 e oggi diretto da Renzo di Renzo e Federico Vanin.

Dieci anni sono una data simbolica, un piccolo traguardo, l'occasione per fermarsi e guardare alle tante cose fatte, un attimo solo, prima di riprendere fiato e ricominciare. Nasce così *Make the logo bigger*, una monografia dedicata appunto ai primi 10 anni di Heads, pubblicata e distribuita da Corraini Edizioni, disponibile in libreria e online da dicembre.

Il libro, frutto del lavoro di molti mesi, e arricchito da un confezionamento particolare (legatura bodoniana, cover serigrafica in 4 colori fluo e battuta a secco, interno con cambio carta colorata) raccoglie in 750 pagine e sotto un titolo emblematico alcuni dei lavori realizzati in questi anni per i propri clienti. La chiave di lettura è doppia: nella prima parte le immagini si susseguono in modo eterogeneo e atemporale, secondo associazioni visive e senza commento, ma riportando il riferimento alle pagine della seconda parte, dove sono sinteticamente elencati i clienti e descritti i relativi progetti. A chiusura del tutto, i contributi di tanti amici che raccontano

dal loro punto di vista la strada fatta insieme, con illustrazioni, fotografie, parole e spartiti musicali.

Già il titolo del volume, "*Make the logo bigger*", garbatamente ironico, vuole suggerire una cosa importante: ovvero che alla base di ogni progetto c'è un confronto, a volte faticoso, a volte divertente, ma sempre unico e interessante tra lo studio, il committente e il destinatario finale.

È solo dal confronto che può nascere la soluzione (o a volte solo "una soluzione") per far crescere davvero un brand: non basta fare un logo più grande, più visibile, occorre trasferire dei valori, un'attitudine, una disposizione d'animo.

"Siamo tutti molto bravi a fare le cose che ci piacciono: dovremmo invece imparare ad essere bravi anche nelle cose che non ci piacciono affatto...". Ecco il "mestiere del grafico", per riprendere Albe Steiner, riassunto nell'excerpt in quarta di copertina: l'impegno ad affrontare ogni progetto come unico, rimettendosi continuamente in gioco, con un atteggiamento di attenzione e ascolto, senza presunzioni e senza preconcetti.

Tra i progetti commerciali raccolti, molti quelli in ambito fashion: come le campagne che hanno contribuito al riposizionamento del marchio OVS; la collaborazione che ha consolidato la notorietà de Il Gufo, eccellenza Made in Italy per l'abbigliamento per bambini; o il progetto "Urbanatures" ideato e sviluppato per rilanciare il marchio Lumberjack. Ma naturalmente c'è spazio anche per progetti realizzati in altri settori, dall'intrattenimento al turismo, dal food al design, dallo sport ai servizi, con clienti altrettanto importanti: Mondadori, Autostrade per l'Italia, Assicurazioni Generali e le migliori realtà e aziende del territorio. In ambito culturale, la monografia ripercorre tra gli altri i lavori realizzati per la Fondazione Claudio Buziol, che in pochi anni era riuscita a imporsi come una realtà assolutamente originale nel panorama culturale veneziano. E poi le attività realizzate con Peggy Guggenheim Collection, dal progetto Kids Creative Lab realizzato per OVS a quello sempre rivolto ai bambini di A scuola di Guggenheim; lo sviluppo delle immagini coordinate di mostre come I Della Robbia, Novecento Italiano, Andrea Brustolon e tanti progetti sperimentali a cavallo tra grafica, design, video, il-

lustrazione, musica. I progetti di Medici con l'Africa Cuamm, Avis e Regione Veneto testimoniano infine l'interesse dello studio verso temi di comunicazione sociale quali la cooperazione internazionale, la donazione del sangue, l'integrazione, la promozione della cittadinanza attiva e della solidarietà.

Ma dieci anni, come detto, sono solo una misura provvisoria, un traguardo volante, per usare la metafora sportiva, l'occasione per rilanciare l'andatura, raccogliere nuove sfide e puntare a nuovi obiettivi, tra cui l'orizzonte internazionale. È quanto Heads ha già iniziato a fare curando la comunicazione di SKAP, un marchio di scarpe dedicato al mercato cinese ma con una forte connotazione italiana e internazionale; disegnando con Italo Lupi il marchio dei Campionati Mondiali di Sci di Cortina 2021, di cui Heads seguirà tutta la comunicazione, e realizzando le campagne internazionali per Cosmoprof 2019/20, la più importante fiera internazionale dedicata al ramo della cosmetica e del beauty professionale, con edizioni a Bologna, Las Vegas, Hong Kong e Bombay. Così anche il libro *Make the logo bigger* diventa quasi solo un ricordo, un coffee table book, un promemoria da lasciare sulla scrivania come uno stimolo a fare di più e meglio, più che come un oggetto di autocompiacimento.

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

CO-  
PER-  
TI-  
NA

PADO-  
VA/  
TRE-  
VISO

FABBRIC-AZIONE

RESTITUIRE  
UN TERRITORIO  
RINNOVATO

LA DEMOLIZIONE  
CREATIVA

FABBRICHE,  
TERRITORI  
E COMUNITÀ

METAMORFOSI  
DEL NORDEST  
PRODUTTIVO

IMPRESE E  
DEMOCRAZIA

LA CONGIUNTURA  
DELL'INDUSTRIA  
PADOVA/TREVISO

2/

Oltre 600 persone, tra le quali numerosi Sindaci e Amministratori pubblici, imprenditori e docenti universitari, e naturalmente urbanisti, architetti e ingegneri all'incontro promosso da Unindustria Treviso e Confindustria Padova dal titolo "FabbricAzione Fabbriche, territori e comunità al tempo della quarta rivoluzione industriale" che si è tenuto il 6 ottobre nell'ex stabilimento Pagnossin, ora Zanardo Logistica. Gli industriali padovani e trevigiani hanno proposto un luogo di confronto e una riflessione sul tema della riqualificazione del territorio e dei tanti edifici (capannoni e non solo) abbandonati e talvolta degradati. Al di là della denuncia, l'invito a ragionare su regole e progetti che guardino alle migliori esperienze italiane ed europee di recupero di aree produttive e insieme elaborino un modello adatto alla 'città diffusa' che caratterizza il Nord Est.

Molto qualificati i relatori: Mariarosa Barazza Presidente Associazione Comuni della Marca Trevigiana, Bruno Barel Professore Università di Padova, Dipartimento di Diritto Pubblico, Internazionale e Comunitario, Giancarlo Corò Professore Università Ca' Foscari Venezia, Dipartimento di Economia, Marco Ferrari Università Iuav di Venezia, Dipartimento

di Progettazione e pianificazione in ambienti complessi.

Di grande interesse la testimonianza del Sindaco di Reggio Emilia, Luca Vecchi, che ha presentato il caso delle Officine Reggiane. Sono intervenuti il Presidente della Regione Veneto Luca Zaia e l'architetto Flavio Albanese. Il saluto di apertura è stato del Presidente di Unindustria Treviso, Maria Cristina Piovesana, le conclusioni del Presidente di Confindustria Padova, Massimo Finco. Ha condotto i lavori la giornalista Maria Pia Zorzi.

# FABBRIC-AZIONE

↳ Luca Zaia

↓ Luca Vecchi

↓↓ La tavola rotonda



# “RESTITUIRE” UN TERRITORIO RINNOVATO



**Maria Cristina Piovesana**  
Presidente di Unindustria Treviso



**Massimo Finco**  
Presidente di Confindustria Padova

Se guardiamo al paesaggio del Nord Est notiamo una presenza diffusa di edifici destinati all'attività produttiva, spesso contigui alle aree residenziali o commerciali, in un insieme che può apparire talvolta disarmonico, frutto di una crescita spontanea e poco governata. Molti hanno denunciato come la crescita economica che questo territorio ha conosciuto dagli anni Sessanta del secolo scorso, abbia avuto l'effetto di cambiare irrimediabilmente un paesaggio prima improntato prevalentemente su un'economia agricola e quindi, diciamo pure, esteticamente più compiuto. Si dimentica, in questo richiamo nostalgico, la povertà economica e sociale di allora, che provocava emigrazione e disgregazione sociale delle comunità.

Aldilà delle nostalgie, riteniamo opportuno guardare alla complessità che ogni paesaggio racchiude, dove si stratificano lavoro, culture, persone e memorie. Quel contesto di fabbrica, e residenza, diffuse, su cui ora siamo perplessi, ha rappresentato l'esito di una stagione di impegno ed entusiasmo, che ha consentito a tutti di rimanere nel proprio luogo di origine, lavorare e formarsi una famiglia, dare vita a nuovo sviluppo. Mantenendo anche quella coesione sociale che l'emigrazione stava lacerando. Ma la recente crisi e la trasformazione dell'economia hanno accentuato i fenomeni di abbandono di impianti a destinazione produttiva o commerciale, con degrado estetico e perdita di continuità nel territorio. Abbiamo una parte consistente del nostro patrimonio edilizio che risulta inutilizzata, consumando suolo e senza essere più volano di crescita, così com'era stato in passato.

Come Associazioni di rappresentanza imprenditoriale riteniamo sia prioritario un impegno, condiviso con le Istituzioni, l'Università, gli operatori economici e finanziari, i professionisti, e tutte le forze sociali, per superare il momento della denuncia di questa situazione e arrivare a proporre soluzioni praticabili, e nuove regole, adatte a quest'area e alle sue caratteristiche di piccola proprietà diffusa.

Ne abbiamo parlato in un incontro il 6 ottobre a Treviso, all'interno di un contesto già industriale, l'ex Pagnossin, oggi rivitalizzato dalla Zanardo Logistica. La nostra ambizione è di portare, nelle imprese come nelle Amministrazioni Comunali, una nuova cultura di

utilizzo del territorio per il recupero delle aree e dei capannoni, che per effetto della crisi, ma anche di nuove esigenze produttive risultano dismesse. Le proposte che sono state discusse in quella sede puntano ad orientare verso un uso/riuso razionale del territorio, coerente con obiettivi di sostenibilità e recupero ambientale, garantendo la massima flessibilità nelle destinazioni d'uso, la reale funzionalità dei crediti edilizi e di adeguati strumenti di incentivazione. E crediamo occorra ipotizzare anche la demolizione dei capannoni degradati e il "trasferimento" della volumetria demolita in altri luoghi.

Nell'analisi occorre cogliere non solo i difetti, ma anche le opportunità della situazione presente con l'obiettivo di guardare avanti, alle nuove domande e funzioni che possono consentire a questi spazi di rivivere, con l'insediamento di nuove attività, nuovi servizi, nuove iniziative imprenditoriali, come quelle dell'Industria 4.0 o del neo-artigianato digitale, sempre più compatibili con funzioni residenziali, culturali, ricreative. Provare, quindi, a immaginare e a costruire come sarà il territorio e l'economia dei prossimi vent'anni.

È un progetto associativo pluriennale che proponiamo quale componente attiva e consapevole della comunità in cui viviamo e che ha visto crescere il formidabile sistema imprenditoriale rappresentato nelle Confindustrie di Padova e Treviso. Uno sviluppo che vogliamo assicurare anche per il futuro, per mantenere competitività e benessere, e opportunità di crescita umana e professionale per le giovani generazioni, per non tornare a un passato di emigrazione e spopolamento di cui non abbiamo alcuna nostalgia.

# LA DEMOLIZIONE CREATIVA



**Bruno Barel**  
Università di Padova

La demolizione è un atto creativo, se è guidata dall'intelletto, affidata a mano sapiente, e disvela bellezza.

Demolire è l'esito di una scelta responsabile e difficile, perché richiede di distinguere ciò che merita di essere conservato da ciò che merita di essere eliminato, per liberare il suolo sottostante o per usarlo in modo diverso. È una scelta che esprime la cultura del tempo e i valori di riferimento. Quanti marmi dei Fori Imperiali e del Colosseo sono oggi imprigionati nelle muraure di edifici di Roma.

Il XX secolo sarà ricordato in Italia anche per l'emersione di un pensiero alto, sorretto da etica civile, nel segno del riconoscimento, della conservazione e della valorizzazione dei beni culturali, individuali e d'insieme, monumentali e paesaggistici, concepiti come patrimonio comune custodito e alimentato da ogni generazione e affidato come eredità morale e civile a quelle che verranno.

Demolire non è antitetico alla conservazione e valorizzazione dei beni culturali e del paesaggio, cioè della nostra storia e identità comunitaria. Al contrario, può rappresentarne modernamente un nuovo potente presidio, proattivo anziché difensivo.

La crisi economica, del mercato immobiliare così come del mercato finanziario, che ormai da un decennio impoverisce il Veneto, ha cumulato i propri effetti a quelli che erano già impliciti nell'introduzione dell'euro, nella fine dell'inflazione, nel crollo demografico, nella globalizzazione non solo del mercato e della produzione di beni e servizi ma anche della mobilità delle persone e delle informazioni, nel cambiamento della società oltre che delle tecnologie. È finita l'età della espansione edilizia, dell'espansione produttiva, della espansione demografica, è finito il mito della casa bene-rifugio e bene-investimento, dell'immobile che vede sempre aumentare il suo valore perlomeno nominale e che è liquidabile in ogni momento perché la domanda c'è e ci sarà sempre.

Pensare che in questo imprevedibi-

le divenire, dove tutto cambia in fretta ed ha bisogno di essere interpretato e metabolizzato in fretta, il metro cubo, la capacità edificatoria, siano ancora unità di misura del valore, ci rende interessanti solo per i paleontologi. Perché mai il valore di un immobile non dovrebbe condividere la stessa sorte di un qualunque altro bene, come una banale automobile? Forse che non ha costi fissi, oneri fiscali e manutentivi, forse che non invecchia velocemente, forse che l'impiantistica non sente l'usura del tempo e la concorrenza delle nuove tecnologie? A Manhattan i grattacieli hanno un'età media che si misu-

ra in decenni, devono essere ammortizzati nei tempi giusti, non vengono restaurati ma demoliti e sostituiti.

Demolire è anzitutto un mezzo per eliminare disvalore, per pulire e riordinare la casa infangata con gli eccessi della seconda metà del XX secolo, per cercare di

restituire ad un paesaggio urbano e rurale butterato maggiore armonia e continuità.

Demolire è prendere atto che una stagione è finita, che quella stagione ha esaurito la propria funzione e che è indispensabile pensare ad un'altra fase storica, nella quale è mutato e continua a mutare in fretta il senso e il valore delle cose, che dipende dai cambiamenti sociali prima ancora che dell'economia globale.

Il buon governo del territorio comincia dalla comprensione delle trasformazioni in atto, della vitalità della società, della ricchezza dei talenti che la innervano, dai sogni e dai bisogni. Demolire significa dunque liberare energie e risorse, non soltanto suolo, togliere superfezioni non solo materiali per far espandere valori compressi e interpretare in modi nuovi la domanda di futuro.

Demolire per rigenerare, cioè ridare nuova vita e nuovo senso a luoghi che lo hanno perduto, ricostituendo un dialogo fra isole di territorio insignificanti e la comunità – prima che il tessuto urbano e paesaggistico circostante – che li circonda.

Non mancano, nei centri storici, edifici

**Distinguere  
ciò che merita  
di essere  
conservato  
da ciò che merita  
di essere  
eliminato**

che meritano di concludere la loro storia, e di lasciare spazio ad altro, a nuovi edifici o anche a spazi aperti, isole verdi o luoghi di aggregazione. Non mancano, nel tessuto urbano e nelle periferie, manufatti produttivi che hanno esaurito il loro ciclo vitale, mentre la nuova domanda va verso le grandi dimensioni, la concentrazione produttiva, la logistica e la distribuzione. Nell'economia circolare, è ben strano che si rifugga dall'idea che anche gli immobili hanno un naturale ciclo vitale, nelle loro strutture e nei loro impianti tecnologici, nelle loro forme e nell'uso per il quale sono stati concepiti, di un tempo ormai lontano.

Si può comprendere il timore di chi vede in un'improvvisata frenesia distruttiva il rischio che si faccia d'ogni erba un fascio, con effetti opposti ma equivalenti negli esiti al periodo della frenesia costruttiva. Ma ci sono già anticorpi nel diritto dei Veneti. Un controllo diffuso e aperto alla partecipazione collettiva, che affida agli strumenti pianificatori e ai Consigli Comunali, in modo ancora più incisivo che nel passato, il compito di selezionare ciò che costituisce degrado per la comunità, di ciò che è disvalore e merita di essere eliminato, e di essere esigenti nel pretendere qualità e bellezza nelle nuove proposte. Va colta anche la novità di affidare la rigenerazione non soltanto a interventi puntuali ma soprattutto a interventi di scala urbana, con strumenti flessibili adatti a cogliere le opportunità offerte dal genius loci e dalla cultura dei promotori e dei controllori.

Non è un caso che la recente legge veneta n. 14/2017 sul contenimento del consumo di suolo affianchi alla disciplina delle azioni private la programmazione di politiche pubbliche per la qualità architettonica, tecnologica e ambientale, quasi a dire con enfasi che la sfida richiede una forte cooperazione fra libertà del mercato e autorevolezza delle istituzioni: si vince o si perde insieme. Certamente ci sono dei prezzi da pagare, va a spegnerli la stagione del finanziamento della spesa corrente locale con i contributi di

costruzione e gli altri prelievi forzosi variamente confezionati. Le risorse devono essere ora concentrate sui processi di rigenerazione urbana, nei quali immanente e forte è l'interesse pubblico a creare valore collettivo, lavoro e bellezza. Occorre sano realismo: la rendita fondiaria e immobiliare è evaporata per tutti e l'industria del settore, quella sopravvissuta alla crisi, è tornata ai ridotti margini propri del normale mercato industriale. Il punto sta proprio qui: il valore ormai sta essenzialmente nelle idee che daranno forma e contenuto alle nuove cose, nelle emozioni che sapranno generare, nei bisogni che sapranno soddisfare, nella capacità di migliorare la qualità di vita delle persone nella loro dimensione relazionale e comunitaria.

È un'operazione anzitutto culturale, che aiuta a comprendere la preziosità del suolo inedito, più volte definito con la forza della legge bene comune, e a far condividere la consapevolezza dei costi sociali che la privatizzazione e occupazione del suolo comporta. Si cerca di riorientare l'economia sui binari dello sviluppo sostenibile, verso il riciclo intelligente del rifiuto edilizio, nella direzione di un uso più appropriato e a maggior valore aggiunto del suolo urbanizzato. In questa direzione, lo strumento del credito edilizio, consentendo la mobilità orizzontale dei volumi e ridando un po' di valore anche ai ruderi e ai manufatti degradati, convertibili in tutto o in parte in valore scambiabile e utilizzabile in luoghi appropriati, offre

opportunità nuove al mercato e alle politiche attive della parte pubblica.

La creatività è la capacità di interpretare i tempi nuovi e di governare il cambiamento, un esercizio di intelligenza agevolato dalla bussola di valori solidi. Un compito che non può essere demandato a

gli specialisti di questo o quel settore, a moderni stregoni dotati di alambicchi che esalano leggi miracolistiche o progetti stupefacenti; né può essere delegato ad una classe politico-amministrativa nella quale ci riflettiamo, che è e sarà quello che noi siamo o vorremo

essere. Magari anche usando con maggiore orgoglio e frequenza parole care ai Veneti, come bellezza e qualità di vita e senso di comunità.

## **Riorientare l'economia sui binari dello sviluppo sostenibile, verso il riciclo intelligente del rifiuto edilizio**

# FABBRICHE, TERRITORI E COMUNITÀ



**Maria Rosa Barazza**  
Presidente dell'Associazione  
Comuni Marca Trevigiana

Il tema “fabbriche, territori e comunità al tempo della quarta rivoluzione industriale”, oggetto del convegno organizzato da Unindustria Treviso e Confindustria Padova, pone alcuni decisivi spunti di riflessione sul periodo storico che stiamo vivendo.

Il nostro è un tempo caratterizzato da un sistema complesso, policentrico e articolato, nel quale la rapidità delle trasformazioni impone un cambiamento di passo e di modalità di approccio al “come vivere bene insieme” sino a mettere in discussione il modello di sviluppo come sinora è stato concepito e conosciuto.

Il territorio veneto è costellato di insediamenti abitativi, industriali e terziari che hanno occupato quasi completamente lo spazio disponibile dando forma a quello che si può definire un centro urbano diffuso, creando criticità di tipo ambientale e di ammodernamento del sistema produttivo, nonché di natura relazionale tra portatori di esigenze diverse. La questione delle fabbriche e dei capannoni produttivi ereditati dal passato costituisce uno degli aspetti di queste criticità.

Vorrei dire da Amministratore pubblico, mutuando un concetto espresso dall'antropologo La Tecla, che l'urbanistica nel senso classico in cui è stata intesa “è una disciplina sempre più inadeguata alla realtà delle città e del loro quotidiano farsi e disfarsi. I processi umani, economici, etnici e ambientali che si manifestano nei centri urbani sfuggono sistematicamente a piani e progetti, a mappe e logiche immobiliari”: in altri termini, l'urbanistica è uno strumento che da solo non riesce più a dare risposte efficaci ai nuovi bisogni dei cittadini e degli operatori economici.

Bisogna fare un salto di qualità, rivedere gli strumenti non più efficaci a partire da un cambio di mentalità che si-

gnifica anche coinvolgere attivamente i cittadini e gli operatori economici nelle scelte. Ciò implica analizzare la complessità del sistema in tutti i suoi aspetti, prendere coscienza delle criticità e provare a trasformare le stesse in risorse grazie alle straordinarie conoscenze che ci offre l'epoca contemporanea, ossia non aver paura del mondo che cambia ma saper accompagnare un processo di trasformazione. Questo significa prendersi cura effettivamente del proprio territorio e dunque della propria comunità.

Nello specifico deve svilupparsi un sempre più forte senso di responsabilità rispetto all'uso appropriato e intelligente del territorio, come fattore di sviluppo non solo economico ma anche sociale e culturale, ponendo fine agli sprechi, attuati sinora mediante modelli espansivi dei margini urbani, di una risorsa, qual è la terra che abitiamo, irripetibile.

Va registrato che con la L.R. del Veneto n. 14/2017 viene individuato un percorso di revisione sostanziale della disciplina urbanistica che, da oggi, deve essere ispirata ad una nuova consapevolezza delle risorse territoriali ed ambientali con l'obiettivo di ridurre progressivamente il consumo di suolo non ancora urbanizzato, in coerenza con l'obiettivo europeo di azzerarlo entro il 2050.

Il risparmio di suolo si attua non solo evitando di consumarne di nuovo, ma anche utilizzando meglio quello che c'è mediante il ripristino della naturalità di ambiti degradati e/o il riuso dell'esistente con destinazioni compatibili.

Il riuso del suolo va attuato mediante la riqualificazione edilizia-ambientale e la rigenerazione urbana al fine di migliorare la qualità paesaggistica, architettonica, delle costruzioni, dell'impiantistica e della tecnologia, nonché allo scopo di perseguire l'efficientamento energetico e la riduzione

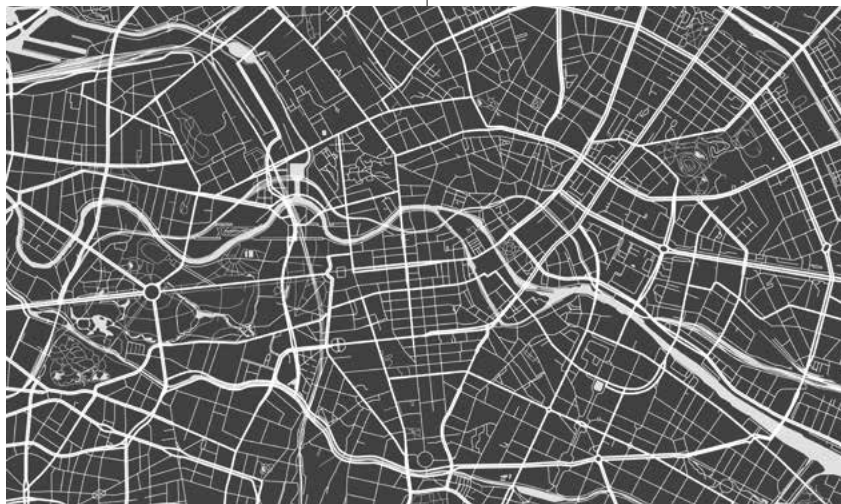
## La rapidità delle trasformazioni impone un cambiamento di approccio al “come vivere bene insieme”

## L'urbanistica è inadeguata alla realtà delle città e del loro quotidiano farsi e disfarsi

dell'inquinamento atmosferico, l'eliminazione delle barriere architettoniche e l'incremento della sicurezza degli edifici sotto il profilo statico e antisismico, idraulico e geologico.

L'attuazione potrà avvenire, a tutti i livelli di governo (centrale e locale), mediante strumenti normativi e fiscali flessibili e creativi per superare l'attuale quadro normativo e pianificatorio troppo complicato e rigido. Va sviluppato in modo diverso l'istituto del "credito edilizio" ancora poco utilizzato per ridare a tanti immobili valore di tipo scambiabile e riutilizzabile in luoghi appropriati. Sarebbe importante poi introdurre ed estendere misure di incentivazione quali fondi/bonus fiscali (es. bonus casa, sisma bonus) per contribuire a finanziare la progettazione e l'attuazione di progetti di trasformazione anche degli insediamenti industriali.

Bisognerebbe abbandonare le remore a demolire quella parte di edificato che ha esaurito la propria funzione e dare, in quest'ambito, nuova centralità al Comune quale "pianificatore" attuando compiutamente il principio di sussidiarietà sancito dall'art. 118 della Costituzione. D'altro canto, vanno evitate misure come quelle che hanno consentito negli anni di applicare gli oneri di urbanizzazione versati dai privati alla parte corrente dei bilanci comunali, all'origine di uno sviluppo irrazionale dell'edificato.



# METAMORFOSI DEL NORDEST PRODUTTIVO



Marco Ferrari  
luav Venezia

Sintesi dell'introduzione al volume *Metamorfosi del Nordest produttivo. Riciclare architetture, città e paesaggi*, edito da Incipit editore. Il libro presenta un quadro generale sul tema del recupero delle aree industriali e artigianali, con un'attenzione particolare al Nordest, ma guardando anche a esperienze internazionali. Esso presenta inoltre gli esiti di numerose ricerche progettuali, sviluppate in ambito universitario, rivolte a ipotizzare processi di recupero e trasformazione dei siti produttivi, dismessi o tutt'ora attivi, del territorio veneto.

Del Nordest e della sua piccola e media industria se ne è parlato spesso: nei decenni trascorsi per esaltare la dinamicità e la flessibilità di un modello economico e produttivo che appariva vincente e, in tempi più recenti, per evidenziare la crisi di quello stesso modello, non sempre capace di rispondere alle sollecitazioni di un mercato ormai divenuto globale. Del Nordest si è parlato spesso anche dal punto vista architettonico e, prima ancora, urbanistico. Com'è noto infatti, a quel modello economico, produttivo e sociale cresciuto senza il sostegno diretto di precise politiche nazionali è corrisposto, sul piano fisico, lo sviluppo di un'urbanizzazione dispersa che, con l'avvallo più o meno consapevole di molti enti locali e dei singoli strumenti di pianificazione (e quindi non certo abusiva), ha invaso il territorio secondo logiche in parte incontrollate e prive di una visione unitaria. Ma la città diffusa non è a tutti gli effetti una città confusa. Di fatto è invece un insieme dotato di regole proprie, talvolta deboli e non sempre esplicite ma comunque presenti; regole variabili nel tempo, espressione di razionalità differenti (non raramente anche in totale contrasto tra loro) e tuttavia riconoscibili. (...) All'interno dell'espansione senza freni del costruito verso la campagna e i mitizzati paesaggi palladiani, un ruolo di primo piano è stato giocato dalla proliferazione di una variegata moltitudine di aree industriali grandi, piccole e talvolta piccolissime, distribuite quasi equamente in ogni comune e in ogni frazione. Indubbiamente si è trattato di una proliferazione drogata da una serie di provvedimenti legisla-

tivi (i ben noti Decreto Legge Tremonti del 1994 e Tremonti-bis del 2001) e da altre scelte o non-scelte di carattere politico, economico e finanziario che hanno, di fatto, favorito l'espansione del fenomeno. Tra queste: la riduzione dei trasferimenti statali ai comuni e la conseguente ricerca di forme alternative di prelievo; ma si è trattato anche di una proliferazione che è pur sempre stata il simbolo, volgare e inconsapevole quanto si vuole, di quello sviluppo basato su di una forma di capitalismo diffuso, individualista e, per dirla con un'efficace e ormai famosa espressione di Aldo Bonomi, "molecolare", di cui nel Nordest se ne è avuta una delle applicazioni più evidenti. Questo ha permesso a un territorio povero, soggetto in un tempo nemmeno troppo lontano a forti fenomeni di emigrazione verso realtà più industrializzate, di trasformarsi in una delle regioni economicamente più dinamiche e con il maggiore tasso di occupazione d'Italia e dell'intera Europa. Sul piano edilizio a tutto questo è corrisposto il moltiplicarsi di edifici: i famosi capannoni, quasi sempre banali, poveri concettualmente prima ancora che economicamente e quindi incapaci di interpretare la natura dei diversi contesti, di acquisire da essi qualità e di trasmetterle a loro volta, anche perché costretti dall'assoluta indifferenza alle specificità dei caratteri urbani e paesaggistici delle lottizzazioni che li ospitano. (...)

Così come lo sprawl urbano non è un fenomeno tipico solo del Nordest, e ovviamente non lo è nemmeno solo dell'Italia, pur essendo chiaro che forme e ragioni che lo sorreggono spesso non sono affatto le stesse, la diffusione e la dispersione del capannone hanno investito, con caratteristiche e intensità diverse, molte porzioni della nostra penisola: le si ritrova in Lombardia, in Emilia Romagna, in alcune aree del Piemonte, lungo le valli della costa adriatica e sono ugualmente rintracciabili nei settori più periferici di quasi tutte le maggiori città italiane, così come in ambiti territoriali marginali, esterni ai distretti economici più dinamici. Tuttavia è certo che è proprio nel Nordest che esse hanno assunto dimensioni per molti versi addirittura clamorose. (...) I dati dicono che in Veneto, dove esistono quasi 5.700 aree industriali distribuite in 579 comuni, negli anni tra il 1980 e il 2005, sono

stati realizzati 490 milioni di metri cubi di edifici produttivi, di cui quasi 150 milioni solo nell'ultimo quinquennio. Riela-

borando fonti Istat, Tiziano Tempesta rileva come tra il 1978 e il 1985 in Veneto si realizzavano in media annualmente 10,9 milioni di metri cubi di capannoni, mentre già tra il 1986 e il 1993 la media era salita a 18,3 milioni. Ma il vero "diluvio" è avvenuto negli anni successivi, tanto che dal 1994 al 2000 si superano tranquillamente i 20 milioni, mentre l'incremento dal 2001 (e qui i rapporti con i provvedimenti legislativi sopra ricordati sono più che evidenti) è addirittura incontrollabile: 27 milioni nel 2001, 38 milioni nel 2002, per riscendere a solo 24 milioni nel 2003. In questa massa enorme di volume costruito, nota ancora Tempesta, il 73% è destinato ad attività industriali e artigianali vere e proprie, l'11% a spazi di supporto all'agricoltura, il 16% a servizi di varia natura tra i quali vanno inseriti anche i centri commerciali e gli ipermercati. Bisognerà attendere il quinquennio 2005-2010 e più ancora quello successivo, completamente immerso nella lunga recessione economica globale, per assistere a un sensibile calo nella costruzione di capannoni. Un dato significativo in questo senso è il flusso dei nuovi mutui erogati in investimenti nel settore dell'edilizia non residenziale che, dal 2007 al 2016, è sceso di ben più della metà, passando da 2.230 milioni di euro a circa 960 milioni (con un minimo nel 2013 di 500 milioni di euro); calo che va ovviamente di pari passo con una generale caduta dei livelli produttivi dell'intero comparto dell'edilizia, il quale in Veneto ha visto perdere, tra il 2008 e il 2014, circa 74.600 occupati (pari al 35% del totale) e 10.700 imprese (il 17,2 % del totale). Terminato dunque oggi quell'ottimismo un po' ingenuo che poteva far credere in una prospettiva di crescita continua e, soprattutto, presa coscienza di come la crisi non sia affatto una semplice stagnazione congiunturale ma un vero e proprio crash di sistema che obbligherà tutti gli attori territoriali (imprenditori, istituti di credito, imprese immobiliari, amministrazioni) a ripensare l'intero modello di sviluppo basato sul meccanismo dell'indebitamento e sull'espansione continua del costruito, è ormai evidente come in molti casi queste aree e i fabbricati che le compongono siano soprattutto un problema. Un problema ovviamente legato, nelle sue difficili soluzioni, all'infinità di case unifamiliari o a schiera e alle palazzine che hanno invaso il territorio, alla struttura viaria capillare ma sempre insufficiente, agli altissimi costi dei servizi pubblici e delle reti infrastrutturali che devono inseguire la dispersione insediativa senza mai riuscire a essere completamente efficienti.

(...) Oggi la moltitudine di aree industriali costruite negli ultimi decenni sono anche (e purtroppo) un problema in sé: il resto del capitale fisso di questi territori, sembra infatti continuare faticosamente a funzionare, a servire e a trovare, pur dentro le diverse sfaccettature della crisi, una propria forma di necessità. I capannoni, più ancora delle tante abitazioni

costruite, in molti casi non sembrano essere più così utili, sicuramente non lo sono più tutti. Si tratta di un aspetto che non è solo il frutto della crisi economica recente e che nemmeno si può spiegare con l'incremento dei processi di de-

localizzazione o di outsourcing estremo (l'affidamento, anche all'estero, di alcune attività specifiche) dovuti ai sempre crescenti costi del lavoro e della burocrazia che le imprese devono sostenere. Esso è in parte anche un dato strutturale di qualsiasi economia avanzata che, nel lungo periodo, tende inevitabilmente a terziarizzarsi, sostituendo la base economica manifatturiera tradizionale con una legata ai servizi e al commercio. Inoltre non si può dimenticare che, annullando le distanze e i tempi e cambiando le pratiche produttive oltre che gli stili di vita, è proprio la rivoluzione

digitale che stiamo vivendo a richiedere una sempre minore quantità di spazi per vivere e per lavorare perché, come già in parte profetizzava William Mitchell alla metà degli anni Novanta e come scriveva più recentemente Mosè Ricci, molti "degli usi che occupavano spazi solidi nella città sono stati trasferiti o si trasferiranno negli spazi virtuali della Rete". Alcune stime commissionate dalla Provincia di Treviso alla metà degli anni Duemila, prima dell'esplosione su scala globale della lunga crisi economica, mettevano già in evidenza come, molto probabilmente, almeno il 30% dell'intero patrimonio di edifici produttivi presenti in quel territorio al 2020 non sarebbe più stato necessario. Su queste basi è stato infatti costruito il Piano Territoriale di Coordinamento Provinciale che prevedeva di poter ridurre, basandosi sugli strumenti legislativi del credito edilizio e della compensazione permessi dall'allora nuova Legge Urbanistica Regionale, l'ammontare del patrimonio di aree industriali da quasi 78 milioni di metri quadrati (di cui già a quel tempo solo 60 milioni effettivamente occupati) a non più di 52-53 milioni. (...) Al di là di quello che stime e statistiche possono esprimere, è evidente come nel Nordest l'abbandono di una parte dell'e-

norme capitale di manufatti produttivi costruiti negli ultimi decenni sia un fenomeno in continua crescita. Altrettanto evidente dovrebbe essere però come si tratti di un fenomeno che presenta caratteristiche profondamente diverse da quello della dismissione delle aree produttive tipiche della prima e seconda industrializzazione, sulla quale la cultura architettonica e urbanistica si è spesso, e da lungo tempo, interrogata. Diverse sono soprattutto le condizioni e le opportunità per la loro trasformazione, anche se è chiaro che l'orizzonte operativo all'inter-

no del quale oggi ci si deve obbligatoriamente collocare è, in un caso come nell'altro, quello del riciclo o comunque di quell'insieme, talvolta sovrapponibile, di operazioni che si definiscono attraverso l'uso dei prefissi "ri-" e "re-": riuso, riqualificazione, ridisegno, recupero o, perfino in qualche caso, restauro. Osservando il destino dei grandi stabilimenti dell'industria meccanica o tessile, oppure quello degli impo-

## Qualsiasi economia avanzata nel lungo periodo tende a terzalizzarsi

## Molti degli usi che occupavano spazi solidi nelle città si trasferiranno negli spazi virtuali della Rete

nenti impianti chimici o siderurgici della città moderna, è impossibile costruire paragoni con i luoghi della produzione dispersi e frammentati dei piccoli centri della campagna veneta. Il caso di Porto Marghera è dunque un caso del tutto diverso che merita strumenti interpretativi in gran parte alternativi; d'altronde diversa è la storia della sua formazione e del suo sviluppo e diversa è la storia del suo declino. I capannoni e i siti abbandonati a Limena, Villorba, San Fior, Dolo, Martellago, Arzignano o Isola della Scala, non possono però in alcun modo essere confrontati anche con casi come quelli della Bicocca, della Bovisa, del Portello a Milano, dell'area Falk a Sesto San Giovanni, del Lingotto e dell'ex Spina 3 a Torino, solo per limitarci agli esempi più noti tra i moltissimi che si potrebbero fare. (...) Nel caso delle enclave produttive disperse nella campagna veneta, siamo di fronte ad esempi che si presentano come degli insiemi infinitamente più frazionati, in cui lo stesso fenomeno dell'abbandono non è affatto unitario, ma disseminato a macchia di leopardo. Così non è affatto eccezionale trovare alcuni capannoni abbandonati vicino ad altri perfettamente funzionanti e perfino da poco ampliati e sottoposti a qualche più o meno riuscita operazione di cosmesi delle proprie facciate. (...) Infine, non si può dimenticare che gli edifici che le compongono non presentano affatto la qualità architettonica e la forza evocativa che attribuiamo a quell'insieme di vecchi complessi produttivi riconducibili all'interno della fortunata formula dell'archeologia industriale: manca loro la capacità simbolica di rappresentare gli anni eroici dell'espansione economica e del lavoro come orgoglio sociale, ma manca loro anche la capacità di testimoniare una qualche sapienza costruttiva perduta e dunque un uso significativo e pertinente di tecniche, tecnologie e materiali. (...) Profondamente diverse sono dunque le aree dismesse della città diffusa da quelle che possiamo incontrare in altre realtà urbane e territoriali; di questo è necessario essere consapevoli. (...).

Vi sono differenze legate alla collocazione in relazione alle principali reti e ai principali nodi infrastrutturali; differenze che portano molte aziende ad abbandonare le lottizzazioni più piccole o più marginali nelle quali sono cresciute per ricollocarsi in ambiti con maggiore accessibilità. Esistono differenze legate alle dotazioni di servizi che queste aree possiedono o possono sfruttare per la prossimità a specifici contesti urbani. Questo in termini di mense e asili interaziendali, alloggi temporanei per lavoratori, sportelli bancari e postali, spazi per congressi, negozi di prima necessità, aree verdi pubbliche, palestre dove spendere il tempo libero nella pausa pranzo o al termine della giornata di lavoro, tutte caratteristiche che ovviamente stabiliscono indici di attrattività diversi.

Esistono infine differenze legate ai cicli storici di sviluppo e insediamento di questi manufatti. Molte dismissioni sono relative a edifici costruiti in una fase iniziale dell'espansione produttiva, quando queste strutture venivano realizzate con i pochi capitali disponibili nell'ambito familiare e senza ricorrere, se non in modo marginale, al sistema creditizio, in ade-

renza o nelle immediate vicinanze dell'abitazione (il modello molte volte ricordato della casa-capannone) e lungo strade nate per un traffico locale, del tutto inadeguate ad accogliere oggi una mobilità molto più invasiva. Spesso, in questi ultimi casi, si tratta di capannoni di dimensioni contenute, realizzati con tecniche costruttive ancora più povere di quanto non sia avvenuto con la diffusione della prefabbricazione negli anni successivi. Strutture che ora risultano del tutto obsolete e inadeguate di fronte all'evoluzione legislativa e tecnica nei campi della sicurezza antincendio, della prestazione antisismica o della prevenzione igienico-sanitaria e, anche per queste ragioni, del tutto incapaci di ricollocarsi in un mercato che già soffre un crollo drammatico della domanda.

Oggi questi edifici vengono abbandonati non perché le ditte cessano la propria attività ma, al contrario, perché esse continuano a crescere e hanno dunque la necessità di trasferirsi in situazioni più aggiornate dal punto di vista normativo e, in ogni caso, più agevoli; in situazioni dotate di maggiori servizi come quelle ricordate in precedenza, ma anche in situazioni dove le aziende possono programmare una razionalizzazione dei propri cicli produttivi, in edifici di dimensioni maggiori che consentono di accorpare spazi di lavorazione o di logistica prima divisi in più unità, talvolta anche non contigue tra loro.

Tra l'altro, com'è già stato notato per contesti simili, un tempo erano proprio queste tipologie di dismissioni che permettevano un incremento del ciclo edilizio grazie alla rendita differenziale che si generava dalla sostituzione del vecchio capannone con nuove residenze o con attività di tipo commerciale. Una forma di autofinanziamento che oggi appare del tutto impossibile, o comunque altamente improbabile, perché – come osservavano Arturo Lanzani, Chiara Merlini e Federico Zanfi – qualsiasi azione di riconversione del lotto industriale deve confrontarsi “con il crollo della domanda e con la crisi del mercato immobiliare e raramente trova le condizioni per potersi realizzare. Più frequentemente il vecchio capannone rimane dov'è e com'è, abbandonato o utilizzato come magazzino, invecchiando progressivamente”.

## **Profondamente diverse sono le aree dismesse della “città diffusa” da quelle di altre realtà territoriali**



La Grande Trasformazione in atto e la sua forza dirompente sta modificando radicalmente gli assetti istituzionali, gli equilibri geopolitici, economici e sociali. Un passaggio d'epoca che presenta criticità impensabili fino a pochi anni fa: gli esiti elettorali (per noi) imprevedibili e imprevedibili come l'avvento di Trump alla Casa Bianca, i referendum su questioni complesse come la separazione della Gran Bretagna dall'Unione Europea o della Catalogna dal "suo" Stato sovrano o le autonomie regionali, i nazionalismi effetto della globalizzazione unita alla crisi economica e della lunga coda di disuguaglianze, nuove paure, sfiducia negli Stati. Una "rottura storica" che sta avvenendo sotto i nostri occhi fino a erodere il tradizionale modello di democrazia liberale, rappresentativa, e alimentare le suggestioni delle democrazie dirette, insofferenti degli impacci del garantismo costituzionale e tendenti a dis-intermediare il rapporto tra istituzioni politiche e popolo "sovrano". La conseguenza è la domanda sul futuro della democrazia, nel mondo occidentale e non solo. Negli Stati d'Europa, Italia compresa, alle prese con l'infinita (e irrisolta) transizione politica. Una democrazia di cui l'impresa e il lavoro sono elementi portanti e i primi presupposti per una società equa, inclusiva e democratica. Ma che richiedono anche, per prosperare, condizioni di piena democrazia. A cominciare da un'Amministrazione pubblica efficiente e rispettosa dei diritti dei cittadini e della libera iniziativa.

Confindustria Padova e Unindustria Treviso dedicano un grande momento di confronto pubblico al Futuro possibile della Democrazia. Un tema fondamentale sul quale il mondo dell'impresa vuole avviare un dibattito nella convinzione che crescita economica, coesione sociale e forme della democrazia siano tra loro strettamente collegate. L'evento dal titolo Il futuro della democrazia Il governo di una società complessa, il 29 novembre a Padova Fiere, con il confronto tra l'analista internazionale e global strategist di origini indiane Parag Khanna, già consigliere di Barack Obama, membro del US National Council per il programma Global Trends 2030 (e considerato dalla rivista Esquire una delle 75 persone più influenti del ventunesimo secolo), il politologo Ernesto Galli della Loggia Professore ordinario di Storia contemporanea, Editorialista del Corriere della Sera, Monsignor Mario Toso Vescovo di Faenza-Modigliana, già Segretario del Pontificio Consiglio per la Giustizia e la Pace, Gilberto Muraro Professore emerito dell'Università di Padova e Presidente della Cassa di Risparmio del Veneto, e Ferruccio de Bortoli, giornalista e Presidente dell'Associazione Vidas. Oltre agli interventi anche Letture sulla democrazia, con l'attore Stefano Pesce e la studentessa Alessandra Zen.

In apertura il saluto del Presidente di Confindustria Padova, Massimo Finco, le conclusioni della Presidente di Unindustria Treviso, Maria Cristina Piovesana.

## **La conseguenza è la domanda sul futuro della democrazia, nel mondo occidentale e non solo**

"Abbiamo voluto fortemente, insieme alla Presidente Maria Cristina Piovesana, un grande momento di confronto pubblico sul futuro della democrazia, con alcuni tra i più autorevoli pensatori italiani e della comunità internazionale – dichiara Massimo Finco, Presidente di Confindustria Padova –. Viviamo una fase storica complessa che ha messo in crisi i fondamenti della democrazia rappresentativa, oggi preda di populismi e paternalismi, che espropriano i cittadini della loro sovranità, e una politica dove nessuno mostra di avere le idee chiare e l'urgenza dei problemi più gravi, a cominciare dal debito pubblico. Al tempo stesso più avanzata la globalizzazione più assistiamo alla rinascita di nazionalismi e di spinte autonomiste. Una nuova democrazia è possibile, se sapremo recuperare l'idea di una de-

mocrazia popolare, ma non populista, più attenta ai bisogni delle persone che delle élites. Una democrazia partecipativa e orientata al bene comune, che comporta anche la riforma dello Stato e dei soggetti della rappresentanza, così come dell'Amministrazione pubblica, dal fisco alla burocrazia, presupposto per una nuova stagione di coesione sociale e di sviluppo economico".

"L'associazionismo d'impresa – dichiara Maria Cristina Piovesana, Presidente di Unindustria Treviso – è animato da una profonda cultura democratica che, in una sorta di 'servizio civile' degli imprenditori che vengono eletti dai soci, valorizza l'impegno per il bene comune e la rappresentanza di legittimi interessi nel dialogo sociale. A partire da questa cultura e da questi valori proponiamo, insieme a Confindustria Padova e al Presidente Massimo Finco, una riflessione sul concetto di democrazia tra l'esigenza di partecipazione (preoccupano i dati sull'astensione in alcune recenti prove elettorali), quella della rappresentanza, e la capacità di leadership e di decisione. Questi tre elementi, per avere consenso ed efficacia di governo, devono rimanere sempre presenti e le sfide del presente e del futuro ci chiamano a trovare nuovi modelli di rappresentanza e di democrazia, che sono risorse anche per lo sviluppo economico e la crescita delle opportunità, soprattutto per i giovani".

## **L'associazionismo d'impresa animato da cultura democratica in un 'servizio civile' degli imprenditori**

# LA CONGIUNTURA DELL'INDUSTRIA PADOVA/TREVISO

Nel terzo trimestre buon andamento di industria e servizi

Il terzo trimestre 2017 conferma il buon andamento dell'industria e dei servizi nelle province di Padova e Treviso. L'indagine congiunturale realizzata in collaborazione con Fondazione Nord Est tra le aziende associate a Unindustria Treviso e Confindustria Padova, rileva un incremento della produzione manifatturiera del 2,3% rispetto allo stesso periodo del 2016. Nei primi nove mesi la crescita media accelera e si assesta al 2,3%. Il dato di luglio-settembre è trainato dall'exploit del settore metalmeccanico (+4,6%). La crescita è diffusa e riguarda le imprese di tutte le dimensioni. Va segnalato il dato sopra la media delle imprese fino a 19 addetti (+3%). Il risultato del terzo trimestre segna un'accelerazione nel percorso di recupero dell'attività, dopo i dati positivi, ma in assestamento fisiologico, del secondo trimestre (+1,7%) seguiti al balzo (+3%) nella prima parte dell'anno.

“L'industria manifatturiera e dei servizi avanzati che caratterizza il nostro territorio – dichiarano Massimo Finco, Presidente di Confindustria Padova e Maria Cristina Piovesana, Presidente di Unindustria Treviso – consolida la fase di ripresa in corso da oltre un anno, trainata dalla componente estera della domanda e dal risveglio della domanda interna, con riscontri positivi anche sulla creazione di nuovi posti di lavoro. Gli imprenditori di Treviso e Padova hanno continuato ad investire in innovazione e nel capitale umano, credendo nella qualità dei propri asset, pur nell'incertezza della situazione politica e delle prossime scadenze elettorali. È un 'capitale' di fiducia, che deve essere valorizzato, e potenziato con comportamenti coerenti, da parte delle Istituzioni locali e nazionali e di tutti i soggetti sociali che operano insieme alle imprese per il bene comune”.

Nel terzo trimestre il portafoglio ordini delle imprese di Padova e Treviso è aumentato del 4,3% rispetto allo stesso periodo del 2016, in linea con il trimestre precedente. Il manifatturiero registra una variazione positiva del 4,4%, con una crescita particolarmente sostenuta del 6,7% tra le imprese metalmeccaniche. L'aumento degli ordinativi si attesta al +2,6% tra le imprese dei servizi, in crescita dopo l'1,5% registrato a luglio.

Le vendite in Italia sono cresciute del 3,5%. Continua l'ottimo andamento del settore metalmeccanico (+7,7%). Molto positivo anche il dato sulle vendite all'estero, pari al +4,6%, risultato corale sul quale incide positivamente soprattutto l'andamento delle vendite delle imprese manifatturiere nei mercati Ue (+5,1%), in accelerazione rispetto al trimestre precedente. Le vendite crescono del +3,8% nei mercati extra-Ue. Le esportazioni dei servizi crescono del 3,4%, invertendo il segno rispetto alla rilevazione precedente.

L'occupazione totale nel terzo trimestre fa segnare un incremento del 2,2% rispetto allo stesso periodo del 2016, in crescita rispetto al dato del secondo trimestre (+1,7%). Nella media dei primi nove mesi la crescita è del +1,8%. Particolarmente positiva e superiore alla media la variazione dell'occupazione nel comparto metalmeccanico, pari al +3,2%. Positivo il contributo del settore dei servizi (+2,9%). Al di sotto della media la dinamica tra le imprese manifatturiere diverse dal metalmeccanico: +1,2%.

Nel terzo trimestre dell'anno quattro imprese su cinque (79,7%) giudicano 'normali' gli incassi rispetto ai termini di pagamento pattuiti (76,5% a Padova, 81,7% a Treviso). La liquidità è normale per il 48,1% delle imprese, buona per il 37,9%, tesa per il 14%, una situazione sostanzialmente in linea con quanto rilevato nel trimestre precedente e omogenea nelle due province.

Commissioni bancarie stabili per il 79,9% delle imprese, in crescita per il 14,3%. Costo del denaro stabile per l'83,9%, in diminuzione per il 9,2%, in aumento per il 6,9%. Dati in linea rispetto a quelli rilevati nel secondo trimestre.

Permane bene intonato il clima di fiducia delle imprese di Treviso e Padova sul livello di attività nei prossimi sei mesi (produzione per il manifatturiero, fatturato per i servizi), previsto in crescita dal 37,9% delle imprese. Nel dettaglio, il 35,3% delle imprese manifatturiere attende un aumento della produzione, tra quelle dei servizi il 46% ha aspettative di crescita del fatturato.

Il 58% delle imprese delle due province prevede per i prossimi sei mesi un 'portafoglio ordini Italia' stabile, il 30,3% in crescita, anche forte. Le imprese che si attendono una contrazione degli ordinativi sono pari all'11,7%. Migliori le previsioni che riguardano il portafoglio ordi-

ni estero, stabile per il 49,9% delle imprese, in crescita per il 43,4%.

Investimenti stabili nei prossimi sei mesi per oltre metà delle aziende (53,5%), in crescita per oltre un terzo (33,8%). La previsione sugli investimenti è analoga nelle due province, con le imprese padovane maggiormente concentrate sulla stabilità degli investimenti (56,2% a fronte del 51,9 di Treviso), e quote più allineate per quanto riguarda la previsione di investimenti in aumento: Treviso 34,9%, Padova 32,1%.

Sul fronte dell'occupazione prevale la stabilità: il 66,4% delle imprese non prevede, infatti, variazioni del livello occupazionale nei prossimi sei mesi. Il 27,1% prevede invece organici in aumento. Alla domanda relativa all'intenzione di effettuare nuove assunzioni nei prossimi sei mesi, il 37% delle imprese ha risposto positivamente: 34,8% a Padova, 38,4% a Treviso.

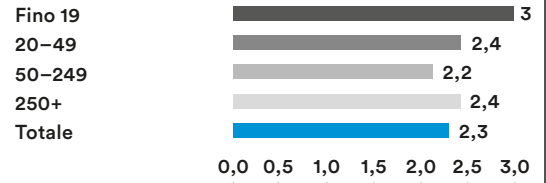
Il sentimento prevalente tra gli imprenditori delle due province rispetto allo stato attuale di salute dell'economia italiana è di incertezza (63,8%), ma in sensibile calo rispetto al trimestre precedente (72,2%). Da rilevare il continuo aumento della quota di imprenditori con una visione positiva o molto positiva sullo stato attuale di salute dell'economia nazionale, che raggiunge il 24,9%. È un andamento che accomuna le province di Padova e Treviso, con giudizi positivi che aumentano dall'8,8% di inizio anno al 20,5% per le imprese padovane, dal 7,4% al 27,5% per le imprese trevigiane.

Continua il miglioramento anche riguardo alle aspettative sullo stato di salute dell'economia italiana tra sei mesi: un quarto degli imprenditori (25%) ritiene che assisteremo ad un miglioramento dell'economia italiana, quasi 9 punti percentuali in più di quanto registrato nel primo trimestre. Gli incerti restano comunque la maggioranza e si collocano al 60,8%. Diminuiscono i pessimisti (dal 19,8 al 14,2%). Anche in questo caso le imprese localizzate nelle due province hanno risposto in maniera analoga, prefigurando un semestre di ulteriore, graduale crescita per l'intero Paese.

## Quadro congiunturale

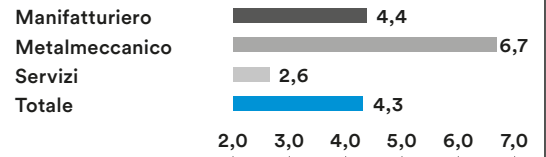
### Produzione

Manifatturiero: Variazione della produzione. Nel terzo trimestre del 2017 la produzione delle imprese manifatturiere delle province di Padova e Treviso è aumentata del 2,3%, rispetto allo stesso periodo del 2016. Il dato del terzo trimestre è trainato dall'exploit del settore metalmeccanico (+4,6%).



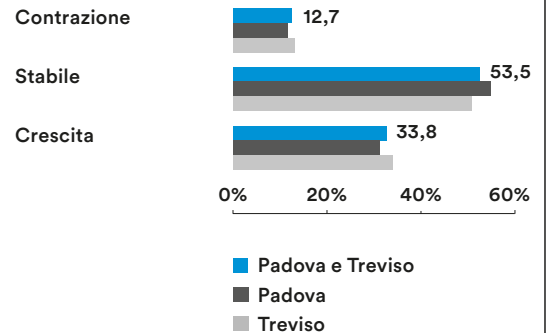
### Ordini e vendite

Il portafoglio ordini delle imprese di Padova e Treviso è aumentato del 4,3% rispetto allo stesso periodo del 2016. Il manifatturiero fa registrare una variazione positiva del 4,4% con una crescita del 6,7% tra le imprese metalmeccaniche. L'aumento degli ordinativi si attesta a +2,6% tra le imprese dei servizi, in crescita dopo l'1,5% registrato a luglio.



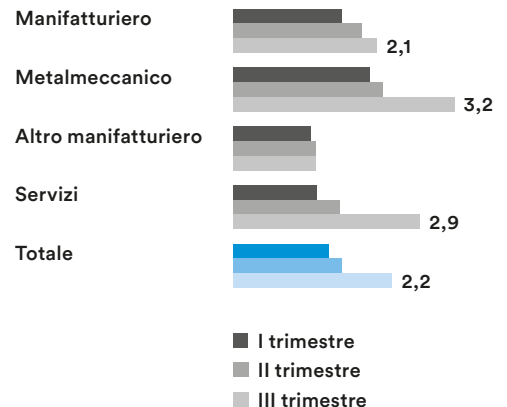
### Previsioni

Investimenti stabili per oltre la metà delle aziende (53,5%), in crescita per il 33,8%. Situazione molto simile per le due province con le imprese padovane maggiormente concentrate sulla stabilità degli investimenti (56,2% a fronte del 51,9 di Treviso) quelle trevigiane che nel 34,9% dei casi prevedono investimenti in aumento (32,1% a Padova).



### Occupazione

L'occupazione totale fa segnare un incremento dell'2,2%, in crescita rispetto al dato del secondo trimestre. Positivo il contributo dei servizi, settore nel quale l'occupazione cresce del 2,9%. Inferiore rispetto alla media la dinamica tra le imprese dell'altro manifatturiero, in cui l'occupazione nel trimestre cresce dell'1,2%. In linea con ordini e fatturato il dato positivo dell'occupazione nel settore metalmeccanico: +3,2%.



## SOLUZIONI INNOVATIVE PER L'ASPIRAZIONE E LA DEPURAZIONE DELL'ARIA, TRATTAMENTO BIOMASSE E RIFIUTI



Impianto di aspirazione e filtrazione polveri



Silos di stoccaggio ATEX per polveri



Impianto di trattamento meccanico-biologico dei rifiuti per la produzione di compost e C.D.R.



Biofiltro e scrubbers per trattamento odori



ATTESTATO CENTRO DI TRASFORMAZIONE N. 2763/13  
ATTESTATO UNI EN 1090-1 1381-CPR-368



**PADO-  
VA/  
TRE-  
VI-  
SO**

**NOTIZIE DA  
UNINDUSTRIA  
TREVISO E  
CONFINDUSTRIA  
PADOVA**

**NEWS  
MASTER BRAND  
AMBASSADOR**

**ASSINDUSTRIA  
SPORT**

**GIOVANI  
IMPRENDITORI  
TREVISO**

**CULTURA  
D'IMPRESA**

**NEWS**

**3/**

## ACCORDO CON GRUPPO INTESA SANPAOLO

Unindustria Treviso, Confindustria Padova e il Gruppo Intesa Sanpaolo hanno firmato un accordo per supportare e assistere le imprese associate al fine di accrescerne la competitività. In particolare sono stati individuati tre specifici ambiti di intervento strategico connessi ad Industria 4.0, Finanza Straordinaria/PIR e filiere.

La convenzione rafforza la relazione tra la banca e le due Associazioni che hanno chiesto anche la massima attenzione, da parte dell'Istituto, verso i finanziamenti accordati alle imprese da Veneto Banca e Popolare di Vicenza.

L'accordo è stato siglato dai Presidenti delle due Associazioni di Treviso e Padova, rispettivamente, Maria Cristina Piovesana e Massimo Finco e dal responsabile della divisione Banca dei Territori di Intesa Sanpaolo, Stefano Barrese.

Ha commentato Stefano Barrese, responsabile Divisione Banca dei Territori di Intesa Sanpaolo: "La fase più dura della crisi sembra essere alle nostre spalle, una fase nella quale Intesa Sanpaolo è sempre stata a fianco di famiglie e imprese, erogando credito. Con l'accordo firmato oggi vogliamo assicurare il dialogo continuo con le imprese del territorio e mettiamo a disposizione tutti i nostri strumenti operativi e finanziari per il rilancio e lo sviluppo del Veneto. La banca continuerà a lavorare come ha sempre fatto in tema di finanziamenti, vale a dire guardando alla strategia e alla capacità di sviluppo dell'azienda. Inoltre nel nostro sistema di rating teniamo sempre di più in considerazione gli asset intangibili al fine di valorizzarli nel calcolo del rating qualitativo, consentendo così di migliorare la valutazione aziendale. Il sostegno dei territori è nella nostra cultura e nel nostro modo di fare banca a servizio dell'economia reale e ci impegniamo ogni giorno per costruire con i nostri clienti relazioni di lungo termine basate sulla stima e sulla fiducia reciproche".

"Riteniamo molto positivo l'accordo raggiunto con Intesa Sanpaolo - ha detto Maria Cristina Piovesana, Presidente di Unindustria Treviso - soprattutto alla luce delle note vicende collegate alla liquidazione delle due banche popolari venete. Chiediamo ad Intesa di im-

pegnarsi per non ridurre gli affidamenti accordati alle imprese prima dell'acquisizione degli attivi delle due banche e, nei casi in cui non potesse evitarlo, di consentire congrui tempi di rientro allo scopo di evitare pericolose ricadute operative. Altrettanta attenzione andrà posta alle condizioni economiche applicate, che, ci auguriamo, possano addirittura essere più favorevoli visto l'impegno di Intesa di valorizzare, ai fini del rating, elementi qualitativi delle aziende. Questa convenzione è significativa anche per altre ragioni: impegna la Banca a sostenere lo sviluppo delle imprese sia in termini di innovazione sia di apertura verso i mercati finanziari. Conferma, inoltre, lo sforzo che stiamo condividendo dalla scorsa primavera di sostenere il progetto Finanza di Filiera. L'iniziativa consente, ad imprese leader, di segnalare alla Banca alcuni loro fornitori strategici a favore dei quali sono messe a disposizione linee di credito a condizioni agevolate. Un meccanismo tanto semplice quanto virtuoso che ci auguriamo trovi una sempre più ampia diffusione".

"L'economia sta lentamente risalendo, anche in assenza di una ripresa del credito, grazie alle aziende che hanno ripreso a investire, dopo anni di resilienza - ha dichiarato Massimo Finco, Presidente di Confindustria Padova -. Ma perché la risalita non sia effimera occorre voltare pagina nel rapporto tra banca e impresa, specie dopo il trauma degli ultimi anni. C'è una leva fondamentale che ancora manca per accelerare, è quella del credito, perché sia motore e non freno allo sviluppo. L'accordo con Intesa Sanpaolo segnala la volontà di un cambio di passo in questa direzione. Da un lato, c'è l'impegno di Intesa a fugare ogni timore o dubbio, dopo l'integrazione delle due banche venete, sulla effettiva continuità del sostegno creditizio, tutelando piccoli e medi imprenditori che avevano una posizione debitoria nei confronti di entrambi gli istituti e magari anche con Intesa e ora la vedono in capo allo stesso gruppo. Dall'altro, chiediamo di rivitalizzare il credito attraverso migliori condizioni di offerta e una 'infrastruttura finanziaria' fatta di incentivi alla trasformazione digitale, finanza innovativa, PIR, credito di Filiera, uso delle variabili qualitative nel sistema di rating. Strumenti utili per trasformare

la ripresa da ciclica a strutturale e salvare anche molte aziende in difficoltà che, se ben seguite, potrebbero tornare in utile”.

Ecco i punti salienti dell'accordo: Intesa Sanpaolo offrirà la possibilità di ricorrere a soluzioni finanziarie diverse e combinabili fra loro per sostenere i piani di investimenti I4.0; fornirà, in aggiunta al finanziamento dell'investimento, supporto finanziario di breve termine per soddisfare il nuovo fabbisogno di circolante nella forma dello smobilizzo crediti. La partnership tra l'istituto e Confindustria Piccola Industria ha previsto un plafond triennale nazionale di 90 miliardi di euro, dei quali 12 miliardi destinati alle aziende venete.

La banca mette a disposizione le proprie strutture specializzate in consulenza strategica al fine di fornire servizi volti a favorirne la crescita, anche per via esterna. Particolare attenzione viene riservata alle iniziative di patrimonializzazione facilitando l'accesso al mercato dei capitali anche attraverso il più esteso ricorso alle risorse rivenienti dai Pir (nei primi sei mesi dell'anno il Gruppo Intesa Sanpaolo ha raccolto a livello nazionale 1,2 miliardi di euro). Si intende rafforzare ulteriormente il programma Sviluppo Filiera di Intesa Sanpaolo che consente a imprese 'Capofiliera' di certificare i propri fornitori di eccellenza, migliorandone la loro valutazione creditizia, così da accelerare e mettere in sinergia gli investimenti in innovazione lungo tutta la filiera. Ad oggi a livello nazionale hanno aderito oltre 480 filiere per un giro d'affari complessivo di circa 68 miliardi e oltre 15.200 fornitori. Nel Veneto le filiere coinvolte sono 39, per un giro d'affari totale di 4,4 miliardi e oltre 620 fornitori.

Inoltre, l'accordo prevede la valorizzazione delle componenti legate ai fattori immateriali e intangibili che meglio consentono di individuare gli elementi prospettici di sviluppo, dai brevetti alle certificazioni di qualità, dalla ricerca e innovazione all'appartenenza ad una filiera, dall'attenzione al capitale umano alla gestione del rischio d'impresa. Questo percorso di collaborazione con Confindustria ha consentito a Intesa Sanpaolo di creare un nuovo modello di rating, che ha recentemente ottenuto anche la validazione da parte della Bce. Si prevede anche che vengano messe a disposizione delle aziende le piattafor-

me di matching, volte a facilitare l'interazione tra start-up, PMI innovative e aziende che ricercano innovazione. In particolare, il Gruppo Intesa Sanpaolo ha creato la piattaforma Tech Marketplace che conta 4.749 aziende iscritte che possono accedere a 1089 pmi innovative. Il 12% dei contratti è stato sottoscritto a Nordest, dove ci sono state 650 richieste di incontro su 3.100 a livello nazionale.

Il Gruppo sostiene anche le iniziative per l'internazionalizzazione, attraverso la rete estera che vanta, nelle aree in cui si registra il maggior dinamismo delle imprese italiane, una presenza consolidata in 40 Paesi, accordi di collaborazione con altre Banche in altre 85 Paesi e rapporti di corrispondenza con oltre 4.000 banche.



↑  
Stefano Barrese

## INCONTRO CON AMBASCIATRICE DEL REGNO UNITO

Una "partnership profonda e speciale". Usa queste parole Jill Morris, da poco più di un anno Ambasciatrice del Regno Unito in Italia e prima donna a ricoprire l'incarico, per descrivere quelli che, a suo avviso, saranno i rapporti tra Gran Bretagna e Unione Europea, e in particolare Italia, a conclusione delle trattative su Brexit. "Lasciamo l'Unione Europea ma non l'Europa, con cui abbiamo 44 anni di esperienza di lavoro comune, saremo ancora un alleato molto affidabile in tutti i campi. Quello economico è fondamentale", ha spiegato agli imprenditori di Confindustria Padova che il 9 ottobre ha ospitato un incontro con la diplomatica britannica per aiutare a districarsi nel dopo Brexit.

Per un imprenditore su due infatti, secondo un'indagine della Fondazione Nord Est, l'uscita del Regno Unito dalla Ue avrà ripercussioni sugli scambi internazionali, il 42% pensa che molte attività lasceranno il Regno Unito aprendo nuovi scenari. Anche se poi solo il 7% degli imprenditori si dice preoccupato. A più di un anno dal referendum con cui la maggioranza dei britannici ha scelto l'uscita dalla Ue, i negoziati tra Londra e Bruxelles sono ancora in alto mare. Le differenti posizioni su rapporti commerciali, diritti dei cittadini Ue, "conto del divorzio", protezione dei dati, competenze di corti europee e nazionali e altro ancora, rischiano di allungare i tempi dell'accordo, dilatando un'incertezza che non piace alle imprese e non fa bene alla ripresa.

Jill Morris ha provato a diradare la nebbia, rassicurando che "si sta lavorando alla definizione di un meccanismo che mantenga così fitta e così redditizia la collaborazione tra Regno Unito e Italia". Davanti agli imprenditori padovani l'ambasciatrice ha sottolineato che le opportunità in Gran Bretagna per le nostre imprese sono intatte. "Ci saranno anche in futuro - ha affermato -. Non vogliamo sottovalutare le difficoltà del negoziato, ma rimaniamo un Paese aperto, un campione mondiale nel libero scambio, con fondamentali economici solidi e un ambiente favorevole agli affari su burocrazia e tasse. Londra è snodo globale, patrimonio della Gran Bretagna ma anche dell'Europa". Un messaggio di forte apprezzamento per il made in Italy e in particolare per le

eccellenze del Veneto, “e penso all’agroalimentare (tre bottiglie su quattro stappate oltremarina arrivano dal Veneto), ma anche all’ingegneria, alle università e all’innovazione”, rilanciato nella conversazione con l’assessore regionale ai fondi Ue, al turismo e commercio estero Federico Caner, il responsabile dell’area internazionalizzazione di Confindustria Padova Alessandro Nardo, il giornalista Giampiero Beltotto e in video collegamento il direttore dell’Ufficio Ice-Agenzia di Londra Roberto Luongo.

“Possiamo dire con molta sincerità – ha affermato Morris – che voltiamo una pagina della storia ma non voltiamo le spalle all’Europa. Siamo europei e non solo per ragioni geografiche, ma anche culturali, affettive e storiche”. Una posizione pragmaticamente anglosassone ribadita anche per l’attrazione degli investimenti esteri e gli scambi commerciali. Un’autostrada su cui gli scambi viaggiano ancora fluidi. Basti pensare che le esportazioni dal Veneto nel Regno Unito nel 2016 hanno sfiorato i 3,5 miliardi di euro, su un totale di 22,4 miliardi dall’Italia. E nonostante sia passato più di un anno dal referendum, l’effetto Brexit non sta penalizzando le esportazioni, né da Padova (+14,7% nel primo semestre 2017), né da Treviso (+5,1%), né dall’Italia nel suo complesso (+2,1%). Segno di una vitalità di relazioni che “il meccanismo di uscita sarà molto attento ad alimentare perché le imprese possano continuare a collaborare nell’interesse di tutti i nostri cittadini – ha spiegato la Morris –. Con l’Italia poi siamo molto ambiziosi perché le relazioni tra i nostri Paesi e le nostre economie sono strettissime”.

Una prospettiva di collaborazione e continuità confermata dal sentiment degli imprenditori, più della metà dei quali non si attende particolari impatti sulla propria azienda o solo limitati (40,7%). Eppure l’uscita del Regno Unito dall’Ue cambierà le regole doganali che oggi disciplinano gli scambi. Tra i settori più esposti a effetti negativi e barriere tariffarie l’automotive, il tessile e l’abbigliamento, i macchinari, vini e bevande, l’agrifood. Certo, molto dipende da che Brexit sarà, se “hard” o “soft”. L’ambasciatrice ha dato fondo alla sua arte diplomatica per rassicurare. “Le opportunità ci saranno anche in futuro”. A cosa dovrebbero guardare

con più interesse le imprese di casa nostra? “Direi di dare un’occhiata al programma del Governo britannico per gli investimenti nella ricerca, nelle infrastrutture e nell’industria digitale, così come nella cybersicurezza – ha risposto Jill Morris –. Ci sono grandi opportunità di scambiarsi le eccellenze”.



↑↑  
L’Ambasciatrice  
Jill Morris

## ELITE BORSA ITALIANA

Il 20 settembre Unindustria Treviso ha ospitato la tappa del roadshow Elite-Confindustria per selezionare le nuove società del programma Elite promosso da Borsa Italiana. Claudio Feltrin, Vicepresidente di Unindustria Treviso con delega alla cultura d’impresa, ha sottoscritto nell’occasione la partnership che prevede, tra i diversi punti della collaborazione, anche vantaggi dedicati alle società associate a Unindustria Treviso che entreranno in Elite.

Elite è il programma internazionale di Borsa Italiana, nato nel 2012 in collaborazione con Confindustria, dedicato alle aziende più ambiziose, con un modello di business solido e una chiara strategia di crescita. Elite dà accesso a numerose opportunità di finanziamento, migliora la visibilità e attrattività delle imprese, le mette in contatto con potenziali investitori e affianca il management in un percorso di cambiamento culturale e organizzativo. La community di Elite è oggi caratterizzata da oltre 600 aziende di 25 Paesi in tutto il mondo in rappresentanza di 36 settori che generano oltre 50 miliardi di euro di ricavi aggregati per oltre 215.000 posti di lavoro in tutta Europa e non solo.

Il roadshow rientra nelle attività di Elite e Confindustria dedicate a supportare la crescita e lo sviluppo delle imprese attraverso l’accesso ai mercati dei capitali e agli strumenti di finanza alternativa.

Luca Tavano, Head of product development – Mid&Small Cap, ha commentato: “Siamo molto felici di essere qui oggi per incontrare le migliori aziende del territorio e rafforzare il legame con Unindustria Treviso che ha supportato la diffusione di Elite fin dall’inizio, in un contesto ricco di realtà pronte al cambio di passo culturale e dimensionale che il nostro programma propone”.

Maria Cristina Piovesana ha dichiarato: “Unindustria Treviso è Elite desk fin dal 2014, cogliendo le opportunità per le imprese del territorio di questo importante programma di Borsa Italiana. Già 17 imprese, alcune delle quali accompagnate proprio dall’Elite desk di Unindustria Treviso, partecipano con soddisfazione al progetto e altre ne sono interessate. La nostra Associazione guarda con interesse all’innovazione finanziaria quale risorsa di crescita di un sistema industriale competitivo e internazionalizza-

to e per questo dispone di una struttura di elevata professionalità, riconosciuta come best practice di Confindustria, tale da supportare le imprese anche in operazioni di apertura del mercato dei capitali e di finanza straordinaria”.

<https://it.elite-growth.com>  
[www.borsaitaliana.it](http://www.borsaitaliana.it)



↑  
Claudio Feltrin

## ANCE

Un accordo innovativo, per la prima volta su scala interprovinciale, per assicurare un quadro unitario di prestazioni ed assistenze, rendere omogenea la disciplina di istituti contrattuali essenziali nella gestione del personale, semplificare le regole per le imprese e conseguire economie di scala per il sistema della bilateralità nel territorio. È l'intesa sottoscritta tra le organizzazioni provinciali dell'Ance (Associazione nazionale costruttori edili) di Padova, Treviso e Vicenza con le Organizzazioni sindacali, Filca Cisl – Fillea Cgil – Feneal Uil, delle stesse province.

È il primo accordo integrativo su base interprovinciale sottoscritto in Veneto e in Italia, che risponde alla pesante situazione di crisi che dal 2008 ha investito il settore edile e che ha portato ad un nuovo approccio, di area vasta, anche nella contrattazione. Ne sono coinvolti complessivamente 1.500 imprese nelle tre province per circa 12mila lavoratori dipendenti.

Con l'intesa si è raggiunta una comune regolamentazione di istituti contrattuali quali la mensa, la trasferta e l'orario di lavoro e rese omogenee le prestazioni di assistenza sanitaria e sociale erogate dalle Casse Edili delle tre province.

L'accordo ha introdotto altresì, in via sperimentale, ulteriori prestazioni a favore dei dipendenti delle imprese implementando una politica di welfare che il sistema bilaterale delle Casse Edili eroga da diversi anni ai lavoratori iscritti. “Vorrei esprimere un sentito ringraziamento alla delegazione imprenditoriale e alla rappresentanza sindacale, il cui comune impegno ha portato a questo importante risultato – ha dichiarato Fiorenzo Corazza, Vice Presidente di Unindustria e Presidente della Sezione autonoma Ance Treviso –. L'auspicio è che questo accordo rappresenti l'avvio di un processo più organico di piena integrazione del sistema bilaterale delle tre province orientato a completarsi in ambito regionale”.

## EUROPA DIGITALE

Postazioni di lavoro dotate di tablet per gestire i flussi, raccolta dati in tempo reale, macchine che dialogano, logistica integrata, servizi in cloud. Sono solo un esempio della trasformazione digitale in atto nelle PMI italiane che sta cambiando i modelli di business e l'organizzazione della produzione e che per la stragrande maggioranza ridurrà i costi aziendali (78%), porterà grandi aumenti di produttività (74%) e, tra i maggiori vantaggi, il miglioramento della relazione con i clienti (80%) e dell'organizzazione (74%) Tag Innovation School, Cisco Italia, Intesa Sp. Una rivoluzione digitale accelerata dai bonus fiscali previsti dal Piano Industria 4.0 e dalla rete dei digital innovation hub (DIH) e Competence Centre (CC), cerniera fondamentale tra la produzione di conoscenza, le tecnologie abilitanti e le best practice industriali, per supportare le Pmi nella trasformazione digitale. Una rivoluzione che vede l'Italia e le sue imprese ancora lontane dagli standard internazionali (18° posto tra i Paesi Ue), ma pronte a recuperare.

La strategia europea di digitalizzazione delle imprese e la sua realizzazione, anche attraverso la testimonianza di esperienze internazionali, come la piattaforma I4MS, il punto sulle iniziative in corso in Veneto per la costruzione di un network di DIH e per il Competence Centre, ma anche l'avanzamento del processo di digitalizzazione nelle PMI, sono i temi che sono stati sviluppati nella conferenza internazionale Far crescere l'economia digitale in Europa Strategie, buone pratiche e implicazioni per la trasformazione dell'industria, promossa da Confindustria Padova e Unindustria Treviso il 21 settembre a Padova nella sede dell'Associazione. Missione e ambizione della Conferenza sono state quelle di offrire alla classe dirigente, a imprenditori e manager, ai policy maker un'occasione di approfondimento serio e qualificato sulla trasformazione digitale e le sue implicazioni per le imprese e per i Paesi, le iniziative in corso in Europa e in Veneto e i poli tecnologici di riferimento, le best practice industriali, i finanziamenti europei. “Innovazione, formazione e trasformazione digitale sono gli elementi irrinunciabili per la crescita delle imprese e del nostro Paese – ha dichiarato Enrico Del Sole, Delegato Confindustria Pa-

dova a Ricerca e Innovazione –. Le Associazioni di Padova e Treviso vogliono porsi su questi temi come ‘soggetto’ promotore e abilitatore per creare un eco-sistema favorevole al cambiamento, fatto di cultura manageriale, investimenti, competenze. Da qui l’iniziativa di questa conferenza internazionale per aiutare aziende e persone ad orientarsi e intraprendere con decisione la strada del digitale, come leva per ripensare i modelli di business e i processi produttivi. Un primo target, entro fine anno, è quello di rendere operativi il Competence Centre e la rete dei digital innovation hub, in modo da mettere in contatto le imprese che decidono di investire con tutte le opportunità esistenti in termini tecnologici, finanziari e fiscali. Padova può essere un nodo di questa rete con il DIH negli spazi ideali di PadovaFiere, costituito insieme a Università, Camera di Commercio ed altre associazioni territoriali”.

Con Enrico Del Sole sono intervenuti Michael Berz, Direzione Generale Mercato interno, Industria, Imprenditoria e Pmi della Commissione Europea, Marcel de Heide, Senior Research Scientist TNO – Paesi Bassi, Rikardo Bueno, Direttore Advanced Manufacturing Area Tecnia Research & Innovation – Paesi Baschi, Spagna, Gianni Potti, Delegato Confindustria Veneto a Industria 4.0, Innovazione e Ricerca, Fabrizio Dughiero, Prorettore ai Rapporti con le imprese e al Trasferimento Tecnologico dell’Università di Padova, Luciano Miotto, Presidente di Imesa S.p.A. di Cessalto, Riccardo Samiolo CFO Came S.p.A. di Dossone di Casier, Umberto Bianchini CTO Carel S.p.A. di Brugine, Stefano Maberino, Direttore Generale di Orved S.p.A. di Musile di Piave e Roberto Santolamazza Direttore t2i di Treviso.

I4MS (ICT Innovation for Manufacturing SMEs): è il progetto della Commissione Europea per la costituzione di una rete europea per la ricerca e il trasferimento tecnologico. Lanciato nel 2008, il programma è partito nel 2013 e proseguito in autunno 2015 (con un finanziamento di circa 110 milioni di euro) con l’obiettivo di sostenere e far crescere PMI e mid-cap del settore manifatturiero. Nell’ambito di I4MS, sono 39 in Europa i DIH identificati dalla Commissione Ue: 6 quelli in Italia attivati in collaborazione con Confindustria Servizi Innovativi e Tecnologici, tra cui quello di

t2i (trasferimento tecnologico e innovazione), società consortile delle Camere di Commercio di Treviso-Belluno, Verona e Venezia Rovigo, sostenuta da Confindustria SIT, che ha ottenuto la qualifica come primo DIH del Triveneto riconosciuto dalla Ue nell’ambito di I4MS.



↑↑  
Enrico Del Sole

↑  
D’Orazio,  
Santolamazza,  
Bueno, de Heide,  
Del Sole

## IMPRESE E PUBBLICA AMMINISTRAZIONE

Unindustria Treviso ha avviato nel 2015 progetto associativo Imprese e Pubblica Amministrazione. Alleati per competere, per stabilire una nuova relazione tra le imprese, impegnate nello sforzo competitivo e nel passaggio all’Industria 4.0 e la Pubblica Amministrazione, locale e nazionale. Treviso in questo senso è un ‘laboratorio’ per un’iniziativa nazionale di Confindustria, QuickNet, alla quale Unindustria Treviso ha aderito. “Siamo convinti – ha detto la Presidente Maria Cristina Piovesana– che occorra guardare con occhi nuovi alla Pubblica Amministrazione, denunciandone certamente ritardi e incongruenze burocratiche, ma anche valorizzandone impegno, professionalità e capacità innovativa per un migliore servizi ai cittadini e alle imprese. In questi anni vi sono state molte iniziative per la semplificazione, con ritardi e resistenze. Adesso si può ripartire con il piede giusto e l’impegno dell’Associazione sarà massimo, con l’esperienza ventennale di intense relazioni con le Amministrazioni Pubbliche, per arrivare ad avere anche servizi 4.0. Questo ci impegna entrambi a costruire un nuovo contratto sociale che superi antiche diffidenze e stabilisca un rapporto virtuoso tra imprese e Pubblica Amministrazione. Nel pieno rispetto delle attribuzioni degli Istituti, puntiamo a creare una relazione che, nei comportamenti e nelle prassi, valorizzi la comunicazione e l’efficienza ed efficacia del servizio, a vantaggio delle imprese e dei lavoratori del nostro territorio”.

“È stato avviato nella provincia di Treviso – ha dichiarato il Prefetto Laura Lega – un virtuoso processo di efficientamento dell’azione amministrativa e di interazione con il mondo delle imprese. In tale percorso virtuoso si inserisce la stipula di Protocolli che concorrono alla costruzione di un “modello Treviso di cooperazione integrata pubblico/privato”.

Nei mesi scorsi sono stati stipulati alcuni accordi di particolare importanza nella relazione tra Pubblico e Privato. Nel mese di giugno è stato sottoscritto quello tra Unindustria Treviso e le Direzioni provinciali di Inps, Inail e Ispettorato Territoriale del lavoro di Treviso. Hanno firmato l’intesa Roberto Parrella, Direttore dell’Ispettorato Territoria-

le del Lavoro di Treviso, Marco De Sabata, Direttore provinciale dell'Inps di Treviso, Giuseppe Musto, Direttore Inail di Treviso e per Unindustria Treviso la stessa Presidente e il Direttore generale Giuseppe Milan.

Grazie all'intesa, gli Istituti mettono a disposizione di Unindustria Treviso sportelli dedicati alle questioni dell'impresa con funzionari specializzati, con i quali poter approfondire le singole situazioni, opportunamente vagliate dall'Associazione stessa, agevolando così il lavoro delle tre Amministrazioni. Verranno inoltre istituiti altrettanti tavoli tecnici tra Inps, Inail, Ispettorato e Unindustria per approfondire insieme i temi di maggiore attualità nelle materie previdenziale/contributiva, antinfortunistica e del diritto del lavoro. Inoltre, i tre Istituti si sono resi disponibili a tenere specifici incontri formativi per le imprese associate per migliorare la conoscenza nelle rispettive materie.

Il 4 luglio, a Palazzo Giacomelli, è stato sottoscritto l'accordo tra Unindustria Treviso, l'Associazione Comuni della Marca, con la Presidente Mariarosa Barazza, e il Consorzio Bim Piave Treviso presieduto da Luciano Fregonese, con il Direttore del progetto Unipass Stefano Donadello. Obiettivo è stato di potenziare il dialogo tra imprese e Comuni nei procedimenti amministrativi e favorire processi di semplificazione ed efficientamento. Al centro una innovativa piattaforma informatica, Unipass (Unico Polifunzionale Associato), realizzata da Bim Piave Treviso e dal Centro Studi Amministrativi della Marca Trevigiana fin dal 2015. Unipass, partendo dagli sportelli dedicati alle attività produttive (SUAP) ed edilizia (SUE) e, in generale, ai servizi telematici nel rapporto con la P.A., si è affermata come un efficace strumento con cui dare attuazione alla digitalizzazione del rapporto tra cittadini e Amministrazioni comunali. È divenuta una delle realtà associate più significative a livello nazionale, in particolare sulle nuove Conferenze di Servizi quale importante strumento di semplificazione amministrativa per le imprese. Con la firma dell'accordo ha preso il via una cooperazione sinergica tra Unindustria Treviso e l'Associazione Comuni della Marca Trevigiana per definire interventi di semplificazione amministrativa e di coordinamento delle

iniziative comunali ed enti collegati nei diversi procedimenti negli ambiti di competenza. In particolare, Unindustria è diventata interlocutore nell'ambito della pianificazione strategica e del coordinamento territoriale e nella promozione di processi di digitalizzazione amministrativa, per semplificare modalità e tempi delle procedure che interessano l'impresa mettendo in rete i sistemi informatici degli uffici coinvolti. Unindustria Treviso ha iniziato a promuovere le funzionalità operative di Unipass, punto di accesso telematico a diversi servizi comunali. L'intesa prevede inoltre che siano promosse congiuntamente iniziative e progetti di marketing territoriale per migliorare l'attrattività del territorio trevigiano e progetti per rafforzare la competitività delle imprese, favorire la ricerca e l'innovazione e sostenere le filiere produttive innovative. Saranno poi istituiti tavoli tecnici e programmati incontri periodici, ad esempio per condividere il monitoraggio dei procedimenti amministrativi pendenti, le ragioni di eventuali situazioni di stallo e le soluzioni idonee a superarle. Verranno valutate anche iniziative per favorire nei Comuni un più incisivo ricorso alla Conferenza di servizi come strumento capace di assicurare alle imprese tempi certi; per un confronto su nuovi investimenti produttivi e buone pratiche da sperimentare e iniziative comuni per l'attuazione delle riforme di 'sburocrazizzazione' della P.A.

L'11 luglio, in Prefettura a Treviso è stato stipulato l'accordo tra il Comando provinciale dei Vigili del fuoco di Treviso e Unindustria Treviso. Con il Prefetto Laura Lega, hanno sottoscritto l'intesa Nicola Micele, Comandante dei Vigili del fuoco di Treviso e la Presidente Maria Cristina Piovesana.

L'Associazione e il Comando dei Vigili del fuoco realizzeranno insieme il Piano di azione di prevenzione incendi 2017-18 e relative attività di supporto per le imprese, con un'attività di assistenza e il trasferimento di strumenti di supporto nella valutazione del rischio incendio. Una prima fase dedicata, quindi, all'informazione e la seconda al servizio/assistenza alle aziende associate con uno sportello dedicato. A livello operativo, le imprese potranno acquisire ed utilizzare in via preliminare gli strumenti operativi di autova-

lutazione messi a disposizione dal Comando dei Vigili di Treviso ed essere supportate per avviare nuove pratiche o completare quelle di prevenzione incendi. Un'attività tanto più utile nelle situazioni di maggiore complessità, anche normativa e nel supporto per la gestione delle emergenze. In alcune attività verrà coinvolto Unis&F, per incontri di formazione condivisa e le simulazioni di un piano di emergenza antincendi con relativo scenario incidentale (in collaborazione con aziende e la supervisione dei Vigili del fuoco).



## SOLIDARIETÀ VENETO

Franco Lorenzon è il nuovo Presidente di Solidarietà Veneto. È stato eletto, insieme al Consiglio di Amministrazione e al Collegio dei sindaci, in occasione dell'assemblea dei delegati del fondo pensione. Termina così il mandato presieduto da Andrea Tomat. Un triennio di successi, ripresi dall'imprenditore trevigiano nella sua relazione conclusiva: crescono gli associati (53.500 lavoratori e 7.000 aziende) e ancor più le masse gestite (1 miliardo e 150 milioni). Notevoli i passi realizzati nel periodo: sul fronte della diversificazione superano gli 80 milioni di euro gli investiti in economia reale. Ed è in questo ambito che Tomat annuncia l'ultimo traguardo della sua guida: l'investimento nel Fondo di private equity Alto Capital IV (9 milioni di euro). Uno strumento, quello promosso dall'Sgr Alto Partners, che annovera fra gli investitori, anche il Fei (Fondo Europeo degli Investimenti) e che punta allo sviluppo delle Pmi del nostro paese, con un focus speciale per quanto riguarda il Veneto, data l'esperienza specifica sviluppata in passato dalla società di gestione milanese.

Lorenzon vanta una lunga esperienza nel Sindacato, cominciata nel 1977 da delegato del settore del legno, e conclusasi lo scorso marzo nel ruolo di Segretario generale della Cisl di Belluno e Treviso. Nel suo curriculum la partecipazione attiva, dalla fine degli anni '80, alla contrattazione aziendale sulla previdenza complementare che portò, nel 1990, alla fondazione del Fondo pensione territoriale. "Sarà un impegno importante, soprattutto dopo questi tre anni di successo - ha commentato a caldo il neo Presidente - ma credo ci siano tutte le condizioni per proseguire in questo cammino di crescita anche grazie alla novità dell'adesione contrattuale nel mondo dell'artigianato e della legge regionale sul welfare".

Al suo fianco, nel ruolo di Vicepresidente in rappresentanza delle imprese, Andrea Bolla, imprenditore veronese, oggi a capo di uno dei principali operatori indipendenti di vendita di energia elettrica e gas metano, già in Confindustria con incarichi di spicco. La nuova presidenza riceve un fondo in salute, insignito lo scorso anno anche dell'Ipe Awards quale miglior fondo italiano. E proprio la recente legge regionale sul welfare, una nuova norma che, pren-

dendo spunto dall'esperienza del Trentino-Alto Adige, punta a declinare la protezione sociale in chiave di prossimità è stata al centro del dibattito della tavola rotonda Il Welfare come strumento di sviluppo: il modello veneto. Sono intervenuti Violetta Plotegher (Assessore alla Previdenza del Trentino Alto Adige), Paolo Feltrin (Università di Trieste), il Senatore Giorgio Santini e Elena Donazzan (Assessore regionale veneto all'Istruzione, alla formazione, al lavoro e pari opportunità) che, ad una settimana dal referendum sull'autonomia, ha confermato il forte impegno della Regione nel proseguire nel percorso di definizione del modello di welfare locale, di cui Solidarietà Veneto sarà asse portante.

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



↑  
[Franco Lorenzon](#)

## CONFINDUSTRIA VENETO

Il Consiglio di Presidenza di Confindustria Veneto, su proposta del Presidente Matteo Zoppas, ha affidato a luglio due nuove importanti deleghe: quella al Credito a Enrico Marchi (Save) e quella alle Relazioni industriali a Maria Raffaella Caprioglio (Umana).

Queste deleghe vanno a completare la squadra composta da: Antonello De Medici (Marriott International - Starwood Venezia) al Turismo; Raffaele Boscaini (Masi Agricola) all'Agroindustria; Nicola Corsano (Siria) all'Education e Formazione Iniziale; Vittorio Zollet (Zollet Ingegneria) all'Energia; Gabriella Chielino (eAmbiente) all'Ambiente e sicurezza; Gianni Potti (Fondazione Comunità) a Industria 4.0, Innovazione e Ricerca; Luigi Schiavo (Schiavo) alle Infrastrutture; Fabio Marabese (Seingim) ai Servizi Innovativi e Infrastrutture Digitali; Franco Miller (Tecnosicurezza) per l'Alta Velocità e i corridoi europei; Denise Archiutti (Veneta Cucine) al Legno e Arredo; Stefano Pasinato (Egap S.r.l.) alle attività Estrattive; Paolo Cavalletto (O.me.ca.) a Legalità ed Etica; Gianluca Vigne (Areatecnica Vigne Associati) a Università ed Alta Formazione. Le deleghe alla Sanità e all'Internazionalizzazione fanno capo al Presidente Zoppas.

[www.confindustria.veneto.it](http://www.confindustria.veneto.it)

## UNIR

Industria 4.0, le imprese ci credono e il Sistema Associativo è impegnato a superare ostacoli e resistenze per favorire l'accesso alle opportunità offerte a chi investe in innovazione. Da questo obiettivo nasce l'accordo di collaborazione siglato a luglio da Unir, società per la ricerca e innovazione di Unindustria Treviso e Confindustria Belluno-Dolomiti, con Unismart, società dell'Università di Padova dedicata alla promozione e valorizzazione delle competenze scientifico-tecnologiche e conoscenze innovative dell'ateneo patavino. Analogo accordo è stato recentemente siglato anche da Confindustria Padova.

Unir e Unismart collaboreranno nelle attività di supporto specialistico a favore delle imprese in ambito di ricerca e innovazione, focalizzandosi anche sui temi dell'innovazione digitale di Industria 4.0. Un team composto da funzionari Unir e specialisti Unismart gestirà i contatti e visiterà le aziende che manifesteranno interessi ed esigenze in tali ambiti per favorire il collegamento con le migliori competenze e risorse del mondo universitario.

“La collaborazione con Unismart – ha spiegato Luca Toncelli, Presidente di Unir – guarderà all'innovazione digitale come pure ad altri ambiti della ricerca (dai nuovi materiali alle biotecnologie) sviluppati nei dipartimenti dell'Università di Padova. L'approccio di Unir continuerà ad essere quello di entrare nelle aziende, parlare con gli imprenditori, raccogliere esigenze e interessi, presentare opportunità e facilitare l'interazione col mondo della ricerca”. “È importante promuovere l'innovazione, anche nelle Pmi” continua Luca Toncelli, “sia per gli aspetti tecnologici e scientifici che per quelli strategici e gestionali. In quest'ultima direzione va la collaborazione, già avviata da alcuni mesi, con Strategy Innovation, spin off dell'università Ca' Foscari, orientata a stimolare le imprese a valutare possibili vantaggiose evoluzioni dei modelli di business e delle strategie d'impresa”.

Il supporto alle aziende per approfondire le tematiche di Industria 4.0 è gestito da Unir in collaborazione anche con i più importanti centri di trasferimento tecnologico, tra i quali t2i, che ha recentemente ricevuto il riconoscimento di Digital Innovation Hub da parte dell'Unione Europea. Unir, per agevola-

re il cambiamento, proporrà alle Pmi dei diversi settori merceologici anche una innovativa azione di 'assessment 4.0', ovvero una sorta di check up. Assieme a loro saranno individuate le possibili tecnologie e modelli di industria 4.0 da applicare alle strutture produttive, organizzative e commerciali.

Unindustria Treviso diverrà così un primo punto di “accesso e connessione” con i DIH (Digital Innovation Hub) del territorio e con i Competence Center, in particolare con quello composto dalle nove Università del Triveneto.

“Una recente indagine di Fondazione Nord Est – dichiara Maria Cristina Piovesana, Presidente di Unindustria Treviso – ha valutato il coinvolgimento delle imprese in Industria 4.0: per quasi la metà rappresenta un'opportunità, mentre l'altra metà lo ritiene di minore interesse. Il nostro compito è quello di svolgere, come abbiamo sempre fatto, un'azione culturale ed informativa per far conoscere i nuovi scenari del 'fare impresa'. L'impegno in questa direzione deve essere significativo per fare in modo che le nostre imprese manifatturiere accrescano la competitività dei loro prodotti. In questo senso, la nostra Associazione si è dotata di strumenti, mezzi e collaborazioni per fornire da subito il più adeguato supporto alle imprese”.



↑  
[Luca Toncelli](#)

## TALENT FOR FOOD

La food blogger Laura Gioia de L'Aquila (essenzadivaniglia.it) con il piatto “Crocchette di formaggio con crema di zucca, fagioli cannellini e barbabietola”, ha vinto la prima edizione di Talent for Food, il primo food contest in Italia dedicato alle eccellenze della filiera agroalimentare promosso dalla Sezione Alimentari di Confindustria Padova in collaborazione con Associazione Italiana Food Blogger (Aifb) e Dieffe Accademia delle Professioni.

Il verdetto è arrivato alla fine di un'intensa prova di cooking dal vivo svoltasi il 29 settembre nei laboratori della Dieffe a Noventa Padovana, dove le tre food blogger finaliste hanno avuto 45 minuti di tempo per preparare, cuocere e impiattare ricette originali, mix di creatività e tradizione a base di ingredienti del paniere e della corte veneta messi a disposizione da quattordici aziende produttrici: Agugiaro & Figna, Asiago Food, Az. Agr. Conte Emo Capodilista, Birrificio Antoniano, Bovis, Diemme Industria Caffè Torrefatti, Francesco Barduca, Lattebusche, Martelli Salumi, Molino Rossetto, Polo, Rossato, Società agricola Tesa, Valbona. Alla prova è seguito l'assaggio da parte della giuria composta da Giovanni Taliana, Presidente delle industrie alimentari di Confindustria Padova, Anna Maria Pellegrino, Presidente Associazione Italiana Food Blogger, Claudio Crivellaro, Presidente Unione Cuochi del Veneto, Federico Pandin, Presidente Dieffe Accademia delle Professioni, Flavio Callegari, Food&Beverage Manager Accademia delle Professioni, Rino Dal Pos di Confindustria Padova.

Alla vincitrice è andato in premio un weekend termale. Al secondo posto la food blogger Martina Olivieri di Teramo (ricettedilibellula) con “Pallotte cacio e ova con sugo di funghi di bosco e peperoni grigliati”, per lei un corso di cucina presso Dieffe. Terza classificata Annalisa Sandri di Udine (mancaisale.it) con il piatto “Carnaroli con crema di funghi, mascarpone e ossocollo croccante” a cui è andato un paniere di prodotti delle aziende venete partecipanti. Il premio per la migliore fotografia è stato assegnato alla food blogger vicentina Daniela Boscaroli (“timoelenticchie”). Alla finale di “Talent for Food” è intervenuto l'Assessore veneto all'agricoltura Giuseppe Pan.

Tra visita ai laboratori Dieffe e assaggi di prodotti e specialità padovane, dalle farine alla birra, all'olio dei Colli Euganei ai salumi, le food blogger hanno potuto conoscere e apprezzare le tipicità locali in modo da diventarne le prime ambasciatrici su blog e piattaforme web. Obiettivo dichiarato del Talent era infatti esplorare le nuove frontiere del marketing digitale, promuovere la conoscenza e l'export delle specialità locali, allargare la platea di consumatori finali grazie alla viralità dei food blogger. Dando ulteriore impulso a un settore che guida la ripresa (+6,9% la produzione a luglio, meglio dell'intera industria).

“Non ci aspettavamo un tale successo – ha commentato Giovanni Taliana, Presidente della Sezione Alimentari di Confindustria Padova –. La grande partecipazione di operatori del settore, aziende, stampa specializzata al nostro primo “Talent” è la conferma che siamo sulla strada giusta per presidiare una frontiera dalle grandi opportunità, come quella del marketing digitale. Abbiamo proposto un paniere variegato, dalla birra all'olio, all'insaporitore al caffè, comunicando non solo i prodotti, ma tutta la lavorazione fino al modo di esaltarne i sapori in cucina. La collaborazione con Associazione italiana food blogger e Dieffe ha dimostrato quanto sia importante lavorare in rete. Da Padova lanciamo un forte messaggio d'innovazione per l'intera filiera agroalimentare, con un giro d'affari di 134 miliardi, 14,7 miliardi solo in Veneto, per valorizzare un patrimonio fatto di qualità, tradizione, tipicità, elevanti standard di produzione, selezione di materie prime e sicurezza alimentare”. “Le nuove forme di comunicazione aprono opportunità enormi per il settore alimentare – dichiara Anna Maria Pellegrino, Presidente Associazione Italiana Food Blogger –. La collaborazione di Confindustria Padova con il mondo dei blogger è un'intuizione geniale che ha il merito di spingere le imprese medie e piccole ad interagire con i professionisti delle nuove piattaforme web, da Instagram a Facebook, promuovere i loro prodotti con approcci immediati ed emozionali. Il talent ha permesso ai food blogger di testare la bontà dei prodotti forniti e diventarne i primi testimonial. È il futuro del marketing e del marketing territoriale per

raccontare storia, saperi, esperienze e prodotti”.

Siamo onorati di avere ospitato questo progetto strategico che mette in relazione le eccellenze del territorio padovano e i più dinamici attori della comunicazione digitale, i food-blogger, in uno show all'insegna di gusto e creatività che coniuga marketing e digital pr – ha sottolineato Federico Pendin, Presidente Dieffe –. Ogni anno oltre duemila persone passano dalle nostre aule e laboratori per costruire e consolidare il loro futuro nel food & beverage. La nostra expertise è stata al servizio di questo evento che ha visto il contributo in prima linea di docenti e allievi che hanno affiancato i food blogger realizzando menù degustazione per tutti gli ospiti della serata con gli stessi ingredienti della ‘mystery box’ riservata al cooking contest”.



↑↑  
Giovanni Taliana

↑  
Annalisa Sandri,  
Laura Gioia,  
Martina Olivieri

## UNICREDIT

Fornire al tessuto imprenditoriale un supporto rispondente alle immediate esigenze finanziarie delle aziende, per far fronte alle scadenze fiscali, di giugno e fine anno, tredicesime/quattordicesime, premi di produzione. È l'accordo di collaborazione siglato tra UniCredit e Unindustria Treviso e Confindustria Padova.

La convenzione, che coinvolge un bacino potenziale di oltre 3.400 imprese, mira infatti a fornire copertura e liquidità immediata per le esigenze finanziarie di breve periodo delle aziende.

L'accordo prevede il finanziamento di pagamenti di imposte e tasse per il periodo infra annuale e di tredicesime/quattordicesime mensilità e premi di produzione.

Ha dichiarato Sebastiano Musso, Regional Manager Nord Est di UniCredit: “Con l'accordo siglato con Unindustria Treviso e Confindustria Padova intendiamo ribadire il nostro forte impegno a favore di questo Territorio. Il tutto non in maniera astratta, ma con strumenti ad hoc già testati e studiati con chi rappresenta gli imprenditori e, meglio di chiunque altro, ne conosce le esigenze”. “Con un total tax rate, cioè il carico di imposte e contributi sulle imprese, al 62%, mentre la Germania è al 48,9%, garantire liquidità immediata per far fronte al pagamento di tasse, imposte e mensilità aggiuntive è un aiuto concreto alle Pmi – ha detto Massimo Finco, Presidente di Confindustria Padova –. L'accordo con UniCredit è frutto dell'impegno delle nostre Associazioni a costruire con il Sistema Bancario una collaborazione trasparente, che faccia affluire credito alle imprese oggi impegnate ad agganciare l'accelerazione della domanda mondiale”.

“L'accordo con UniCredit – ha commentato Maria Cristina Piovesana, Presidente di Unindustria Treviso con delega al Credito e Finanza – è particolarmente importante in quanto si propone di supportare le Pmi in quei periodi dell'anno in cui si manifestano i maggiori bisogni di liquidità. Le nostre Associazioni sono impegnate da anni a stipulare con il Sistema Bancario convenzioni di questo tipo, tali da garantire le migliori condizioni economiche e a renderle accessibili al maggior numero di piccole e medie imprese”.

## UNIS&F

La cultura della sicurezza si può imparare anche con il sorriso, e Unis&F, società per la formazione e i servizi di Unindustria Treviso e Unindustria Pordenone, ha affidato al duo comico I Papu l'incontro di apertura del programma formativo di incontri gratuiti 10 volte sicurezza, che si è tenuto nei mesi di settembre e ottobre. I due attori pordenonesi, Ramiro Besa e Andrea Appi, hanno presentato, con la loro consueta verve, i temi più attuali in questa materia sempre attuale e necessaria.

“Ci ricorderanno, per fare una battuta, che per quanto riguarda prevenzione e sicurezza è meglio riderci sopra prima che piangere dopo”, ha dichiarato la Presidente di Unis&F Sabrina Carraro. “Continuare a investire nella cultura della salute e della sicurezza è un nostro obiettivo: i grandi spazi di Unis&F Lab consentono ad esempio una formazione mirata ed ‘esperienziale’ in grado di far introiettare comportamenti e regole preziose per prevenire incidenti e infortuni. Non sono solo gli adempimenti di legge al centro della nostra attività ormai ventennale. Con 10 volte sicurezza abbiamo proposto un percorso coerente sulla materia, guardando non solo al lavoro e all'impresa industriali ma anche alle scuole e alla gestione del rischio e delle emergenze in senso lato (come i terremoti), con visite in luoghi di grande interesse e generalmente poco accessibili come la sede della Protezione Civile di Palmanova, il Centro protesi di Budrio, e l'Oleodotto Transalpino di Trieste”.

L'iniziativa è stata promossa da Unis&F, le Unindustrie di Treviso e Pordenone e le scuole edili di Treviso, Pordenone e Trieste con il patrocinio dell'Anmil e la partnership di Fondazione Promozione Acciaio, Linde, 3M, Iveco, Diadora Utility e Ge.dist. “Nel 2016 Unis&F ha realizzato su questo tema 684 corsi di formazione per 5.030 ore e 8.705 partecipanti, e dispone di un servizio per la gestione avanzata della sicurezza adottato da numerose aziende con la nostra assistenza. Con 10 volte sicurezza mettiamo questo patrimonio di competenze a disposizione anche di un pubblico più ampio, consapevoli del valore sociale oltre che economico di imparare a vivere e lavorare in modo sano e sicuro”, ha detto Sabrina Carraro.

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



↑  
Sabrina Carraro,  
Presidente Unis&F

## OICE

Nell'ambito del rinnovo degli organi direttivi di OICE (Associazione delle organizzazioni italiane di ingegneria, architettura e consulenza tecnico-economica), avvenuto nel corso della 75a Assemblea degli Associati OICE a Roma lo scorso 23 giugno, l'Ingegnere Antonio Martini (Amministratore unico e Direttore Tecnico di Studio Martini Ingegneria S.r.l. di Mogliano Veneto) è stato confermato quale Coordinatore Gruppo Regionale Veneto di Oice. Inoltre, in occasione della recente Assemblea di area Nord Italia sono stati eletti i Consiglieri regionali che sono entrati automaticamente a far parte del nuovo Direttivo: tra di essi lo stesso l'Ingegnere Antonio Martini, per l'Area Nord.

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

# MASTER BRAND AMBASSADOR

↓  
Da sinistra:  
Giuseppe Caldiera,  
Federico Visentin,  
Denise Archiutti,  
Matteo Zoppas  
ed Elena Donazzan



È stato presentato il 19 luglio a Palazzo Giacomelli, sede di Unindustria Treviso, il primo Master Brand Ambassador, dedicato alla valorizzazione dei brand del Made in Italy, sostenuto dalla stessa Unindustria Treviso, Confindustria Veneto e da numerose aziende del territorio. I contenuti del progetto sono stati illustrati da Matteo Zoppas (Presidente di Confindustria Veneto), Denise Archiutti (Delegato di Confindustria Veneto al Legno Arredo e Presidente della sezione Legno-Arredamento di Unindustria Treviso), Elena Donnazzan (Assessore all'Istruzione, Formazione, Lavoro, Reindustrializzazione e Pari Opportunità della Regione del Veneto), Federico Visentin e Giuseppe Caldiera (Presidente e Direttore Generale di CUOA Business School).

Il Master, promosso dal Gruppo Legno - Arredamento di Unindustria Treviso e compartecipato da Confindustria Veneto, nasce con l'obiettivo di definire un percorso di alta formazione in gestione e valorizzazione del Made in Italy in tutti i settori e creare Ambasciatori professionali - sia junior che executive - in grado di comunicare e promuovere i valori dell'Italian Style nel mondo.

Il brand Made in Italy inteso non solamente come produzione localizzata nel nostro Paese, ma come percezione del prodotto nel suo insieme, rappresenta, infatti, un vero e proprio asset immateriale, in grado di proiettare all'estero le imprese italiane. Secondo uno studio di Kpmg infatti il Made in Italy è il terzo marchio più noto al mondo dopo Coca-Cola e Visa e, dai dati di Brand Finance, il valore generato dall'italianità dei prodotti pesa per 200 miliardi di dollari.

Brand Ambassador è un percorso di alta formazione realizzato da Cuoa Business School dedicato appunto alla gestione e valorizzazione del Made in Italy, con approfondimenti anche sul tema del design. Ha già ricevuto il patrocinio dell'ADI, la collaborazione di Iuav e l'apprezzamento della Regione Veneto.

Si compone di due percorsi: un master full time per giovani laureati e una serie di seminari e case history aperti anche al target executive (imprenditori, manager, professionisti). Focus del percorso formativo è lo sviluppo di competenze specialistiche e trasversali fondamentali per governare e sviluppare la funzione commerciale nelle aziende design oriented, nel segno del concetto di "vendere meglio" il Made in Italy nel mondo e diventare ambasciatori dell'Italian Lifestyle, trasmettendo i valori di identità, bellezza e qualità dei prodotti e brand del Made in Italy. Il Master per giovani laureati richiede un impegno full time di 480 ore, di cui 200 dedicate al percorso base, nel quale saranno fornite solide basi manageriali: marketing, comunicazione e brand management, innovazione di prodotto e industrial design, export e internazionalizzazione, contabilità e tutela brevettuale. Gli allievi saranno chiamati a sviluppare un project work in azienda.

Giovani ed executive poi parteciperanno insieme a 10 semi-

nari specialistici (100 ore) e a 3 case history (12 ore), con l'obiettivo di approfondire tematiche verticali molto sentite nel settore e di apprendere dall'esperienza e dal racconto di casi reali.

## **Alta formazione in gestione e valorizzazione del Made in Italy in tutti i settori**

che frequenteranno l'intero percorso acquisiranno il diploma Master Cuoa ed entreranno nella community degli Alumni CUOA, che oggi vanta oltre 4.300 diplomati.

L'avvio del percorso formativo è previsto per il prossimo 22 gennaio 2018 e la sede di svolgimento sarà Palazzo Giacomelli - Spazio Unindustria Treviso.

"Le aziende che operano nel design Made in Italy - ha dichiarato Denise Archiutti, Presidente del Legno Arredo in Unindustria Treviso e Confindustria Veneto - sentono sempre più l'esigenza di figure specializzate nel trasmettere questo valore distintivo, attraverso le più diffuse, e avanzate, modalità di comunicazione. Se guardiamo al solo settore dell'Arredamento, una delle 'quattro A' del made in Italy con Abbigliamento, Agroalimentare e Automobili, Treviso e il Veneto rappresentano un distretto fondamentale di questo asset del made in Italy, particolarmente proiettato nei mercati internazionali (solo le imprese trevigiane dell'arredamento hanno esportato nel 2016 per 1,6 miliardi di euro, quelle venete per 2,5 miliardi). Il Made in Italy è un patrimonio che come imprenditori italiani abbiamo ereditato e che dobbiamo rendere sempre più riconoscibile, e difendibile, a livello globale, con professionalità e creatività. Da qui la volontà delle imprese di questo territorio di proporre, con un investimento convinto, questo master per trasmettere ai giovani che vi partecipano la passione e il metodo per valorizzare il Made in Italy e creare un percorso professionale di sicuro successo".

## **Governare e sviluppare la funzione commerciale nelle aziende design oriented**

Con Unindustria Treviso main partner istituzionale, sono partner aziendali di eccellenza Veneta Cucine, Arper, Alf e Magis, sponsor le aziende Arblu, Antrax IT, Cesar, De' Longhi Appliances, Ditre, Homes, Elmar, Estel, Henry Glass, partner istituzionali Confindustria Padova e Confindustria Vicenza. Le imprese potranno selezionare i partecipanti ai quali affidare dei project work di loro interesse, portare testimonianze e casi di studio. Molte altre aziende hanno espresso interesse all'iniziativa.

Al termine del percorso i giovani laureati

che frequenteranno l'intero percorso acquisiranno il diploma Master Cuoa ed entreranno nella community degli Alumni CUOA, che oggi vanta oltre 4.300 diplomati.

L'avvio del percorso formativo è previsto per il prossimo 22 gennaio 2018 e la sede di svolgimento sarà Palazzo Giacomelli - Spazio Unindustria Treviso.

"Le aziende che operano nel design Made in Italy - ha dichiarato Denise Archiutti, Presidente del Legno Arredo in Unindustria Treviso e Confindustria Veneto - sentono sempre più l'esigenza di figure specializzate nel trasmettere questo valore distintivo, attraverso le più diffuse, e avanzate, modalità di comunicazione. Se guardiamo al solo settore dell'Arredamento, una delle 'quattro A' del made in Italy con Abbigliamento, Agroalimentare e Automobili, Treviso e il Veneto rappresentano un distretto fondamentale di questo asset del made in Italy, particolarmente proiettato nei mercati internazionali (solo le imprese trevigiane dell'arredamento hanno esportato nel 2016 per 1,6 miliardi di euro, quelle venete per 2,5 miliardi). Il Made in Italy è un patrimonio che come imprenditori italiani abbiamo ereditato e che dobbiamo rendere sempre più riconoscibile, e difendibile, a livello globale, con professionalità e creatività. Da qui la volontà delle imprese di questo territorio di proporre, con un investimento convinto, questo master per trasmettere ai giovani che vi partecipano la passione e il metodo per valorizzare il Made in Italy e creare un percorso professionale di sicuro successo".

# ASSINDUSTRIA SPORT PRONTA ALLE SFIDE DI DOMANI

↓  
Lodovico Cortelazzo,  
Assoluti Modena  
2017

SETTORE  
GIOVANILE, STADIO,  
GRANDI EVENTI.  
LA BUSSOLA È IL  
VALORE EDUCATIVO  
DELLO SPORT



↓  
Il Presidente  
di Assindustria Sport  
Leopoldo Destro

↓↓  
Ruggero Pertile,  
Direttore tecnico  
di Assindustria Sport



**Il Presidente Leopoldo Destro presenta l'attività della società sportiva di Confindustria Padova: dalla Padova Marathon al Meeting internazionale di atletica alla pratica di base sui campi del territorio. E due squadre in finale scudetto.**

“Allenare piccoli atleti, per formare gli uomini e le donne di domani”. È il motto di Assindustria Sport, società sportiva di Confindustria Padova, da quando è stata fondata nel 1971. Quel messaggio ancora oggi guida l’impegno del club gialloblù, dagli appuntamenti internazionali come la Padova Marathon e il Meeting “Città di Padova” al lavoro quotidiano sul territorio. Al centro c’è uno sport come l’atletica leggera, in cui nessuno fa mai panchina. “Ma soprattutto ci sono i giovani”, sottolinea Leopoldo Destro, Presidente di Assindustria Sport e amministratore delegato di Aristoncavi. “Ragazzi e ragazze che, grazie a questa società, ricevono il massimo in termini di amicizia, competenza, assistenza tecnica, aiuto umano prima ancora che sportivo”.

**Confindustria Padova è l'unica associazione industriali in Italia a sostenere una società sportiva di vertice. Perché lo fa?**

“Perché crede nel valore formativo dello sport. La nostra è una società di vertice che, allo stesso tempo, vede nello sport un veicolo per aggregare i giovani, farli crescere come atleti e prima ancora come persone. Di fronte alle cifre iperboliche dello sport business, noi proponiamo un sostegno concreto basato sulla possibilità di offrire agli atleti allenatori validi e strutture di prim’ordine”.

**Diamo un po' di numeri. Quanti sono gli atleti iscritti ad Assindustria Sport?**

“Circa 700, di 14 diverse categorie. La nostra attività spazia dal settore giovanile a quello assoluto, arrivando ai master, in cui sono concentrati, in particolare, gli atleti del gruppo podistico”

**Restiamo sul settore agonistico. Che annata è stata quella che si sta concludendo?**

“È stato un 2017 d’oro. E non dico “oro” per caso. L’appuntamento clou della stagione è stata la Finale Oro di Modena del 23 e 24 settembre, nella quale i

club si contendevano lo scudetto. Noi ci siamo qualificati con la squadra maschile, che ha migliorato di cinque posizioni la dodicesima piazza della scorsa stagione. Le donne hanno colto uno splendido secondo posto nella Finale Argento di Agropoli (Salerno), risultato che ci ha regalato la promozione nella massima serie. Sono davvero poche le squadre che possono vantare due formazioni nella finale più prestigiosa, come avremo noi nel 2018”.

**Dietro a Ruggero Pertile, che ha da poco assunto il ruolo di direttore tecnico, i talenti non mancano.**

“Sarebbero tanti i nomi da citare, qui mi limito ai tre che nel 2017 hanno vestito la maglia della nazionale: Lodovico Cortelazzo, finalista degli ultimi campionati europei under 23 nei 200 metri, Paola Padovan, capace di migliorare il record italiano promesse del giavellotto e di indossare più volte i colori azzurri sia a livello giovanile sia assoluto, e Yusneysi Santiusti, ottocentista italo-cubana ormai di casa a Padova, che ha portato i colori del club fino ai Mondiali di Londra negli 800. Su “Rero” Pertile, però, vorrei aggiungere qualcosa”.

**Prego.**

“Ruggero è stato per anni un punto di riferimento per Assindustria Sport e la nazionale, gareggiando per tre volte ai Giochi Olimpici. Non solo un atleta, ma un simbolo di come passione, impegno, capacità di credere ai propri sogni possano far raggiungere i traguardi più importanti. Ruggero è cresciuto assieme a noi e io spero che una figura come la sua possa fare da traino per tutta l’atletica leggera. Per questo, assieme al Consiglio direttivo lo abbiamo coinvolto in questo progetto, sicuri di aver individuato la persona giusta come direttore tecnico. E abbiamo voluto anche dare il segnale di una società che non dimentica le sue bandiere, anzi le valorizza”.

**Da Pertile il passaggio alla maratona è naturale. Come si concilia l'attività quotidiana con questo evento internazionale?**

“Nel nostro progetto si inserisce a pieno titolo, perché la Padova Marathon non è solo una tappa prestigiosa nel

calendario podistico, ma è un evento e una festa capace di richiamare sulla città e la provincia l'attenzione del mondo, sposando sport e cultura, con importanti riflessi sociali. Un biglietto da visita con il Padova si presenta all'estero e il successo di sinergie che nascono dal territorio e coinvolgono istituzioni, associazionismo, imprese. Negli ultimi due anni abbiamo intrapreso un importante rinnovamento e una rete di gemellaggi mirati a promuovere il "sistema Padova" all'estero. I risultati ci hanno premiato. Il percorso ridisegnato nel 2016, verso i Colli Euganei e Abano Terme, trova sempre più consenso. Sono stati circa 5.000 gli iscritti quest'anno fra maratona e mezza e 25mila alle Stracittadine che hanno il fulcro nello splendido Prato della Valle. Abbiamo implementato il Charity Program con 18 progetti solidali e oltre 30mila euro raccolti, iniziativa che rilanceremo in vista della prossima edizione, il 22 aprile 2018".

#### Un discorso che vale anche per il Meeting

"Da imprenditore sono legato ai numeri e voglio citarne alcuni. Il Meeting "Città di Padova", trasmesso in diretta su Rai Sport, è sempre stato una vetrina di stelle: da Pietro Mennea, passando da Sergey Bubka fino alla "regina" Allyson Felix, la donna più medagliata di sempre, ha messo in fila ben 73 campioni olimpici, che hanno gareggiato qui in

31 edizioni. Nell'ultima, lo scorso 16 luglio, erano al via allo Stadio Euganeo atleti da 35 diverse nazioni. L'atletica-spettacolo è una forza trainante per far conoscere questa disciplina e incentivare tra i giovani la pratica sportiva. È la mission del club".

#### Dal prossimo anno il Meeting potrebbe tornare allo stadio Colbachini gestito da Assindustria Sport.

"Ci piacerebbe molto, dipende se i lavori dell'impianto partiranno entro fine 2017. Gli interventi riguardano l'allargamento della pista di atletica da 6 ad 8 corsie, la costruzione di una tribuna coperta, di fronte a quella attuale, che dovrebbe ospitare fino a 3.500 spettatori. La capienza aumenterebbe a più di 6.000 persone, la giusta cornice per una manifestazione così importante. Non dovessero essere ultimati in tempo, si resterà all'Euganeo per un altro anno. Ma io ci spero".

↓  
[Categorie giovanili e tecnici Assindustria Sport](#)



Assindustria Sport nasce nel 1971, per volontà dell'allora Associazione Industriali della provincia di Padova, che decise di puntare sull'atletica leggera investendo sui valori della volontà e della competitività. Sui giovani e sul futuro. Gli stessi che oggi guidano l'attività del club, forte di 700 tesserati suddivisi in 14 diverse formazioni, dal vivaio giovanile ai master. Primo Presidente fu l'azzurro della scherma Franco Luxardo, tredici volte nazionale di sciabola, coadiuvato da Giuseppe Fabris, direttore dell'Associazione Industriali. Imprenditori e atleti convivono ancora oggi nel Consiglio di amministrazione che, accanto al Presidente Leopoldo Destro (Ariston cavi), vede il past president Federico De' Stefani (SIT), Antonella Leoni (Safilo Group), Sandro Vecchiato (Interbrau), Federico Regazzo (Data Medica), Marco Stevanato (Stevanato Group), ma anche Piergiorgio Menapace, già azzurro di rugby e capitano del Petrarca, e Rossano Galtarossa, quattro medaglie in cinque partecipazioni alle Olimpiadi nel canottaggio.

Oggi Assindustria Sport affianca l'impegno quotidiano allo Stadio Colbachini, gestito direttamente, e nei campi sportivi del territorio, all'organizzazione di eventi internazionali come il Meeting "Città di Padova" che dal 1987 porta in pista le stelle dell'atletica mondiale, la Padova Marathon nata nel 2000 e capace di coinvolgere quest'anno 30 mila persone, tra i 5 mila iscritti alle gare agonistiche e i 25 mila alle Stracittadine, le corse non competitive che hanno il fulcro in Prato della Valle.

# GIOVANI IMPRENDITORI TREVISO

↙  
Alessandra Polin,  
  
↘  
Alessandra Polin,  
Alessia Forte  
e il Direttivo  
del Gruppo Giovani  
Imprenditori di  
Unindustria Treviso

**ALESSANDRA POLIN  
NUOVA PRESIDENTE  
DEL GRUPPO GIOVANI  
DI UNINDUSTRIA  
TREVISO 2017-2020**



Alessandra Polin, Amministratore del Gruppo General Filter Italia S.p.A. di Paese con delega alle filiali estere, è la nuova Presidente del Gruppo Giovani Imprenditori di Unindustria Treviso per il triennio 2017-2020, dopo l'elezione avvenuta nel corso dell'Assemblea del 29 settembre tenutasi ad H-Farm di Roncade. Succede ad Alessia Forte, che ha guidato il Gruppo dal 2014 e ha concluso il suo mandato.

Alessandra Polin è stata Vicepresidente dal 2014 dei Giovani Imprenditori di Unindustria Treviso, dove è iscritta dal 2008. Dal 2013 è componente della Commissione internazionalizzazione e G20 dei Giovani di Confindustria.

Nel corso dell'Assemblea è stato eletto anche il nuovo Direttore del Gruppo Giovani, composto ora da Anna Amuro, di International College di Conegliano, Alessandra Biasin, di SCM di Cordignano, Edoardo Billotto, di Volpato Industrie di Spre-

siano, Riccardo Fornasier di Area 52 di Vidor, Gabriele Maramieri di Quintergia di Treviso, Francesco Ongaro, di Trevigroup Assicurazioni di Oderzo, Anna Sofia Pardo, di Amicoestero di Castelfranco Veneto e Ferdinando Menuzzo, di Face di Dosson di Casier. Vicepresidenti sono Anna Amuro, Edoardo Billotto, Riccardo Fornasier e Gabriele Maramieri.

“Il programma che intendo realizzare con la mia squadra parte da valori che reputiamo fondamentali e vorremo vengano trasmessi trasversalmente a tutti gli associati, ma nei quali si potranno riconoscere anche i nostri collaboratori, i ragazzi che si stanno ancora formando, le Istituzioni con le quali vogliamo collaborare attivamente – ha detto Alessandra Polin -. Formazione, Innovazione, Networking, Contaminazione, Capitale umano: questi sono per noi i principi fondamentali dell'essere imprenditori dai quali far sviluppare le nostre aziende, espanderle e continuare ad essere competitivi. Questi sono anche i principi chiave dell'associazionismo poiché attraverso di essi possiamo crescere nel nostro ruolo, con lo scambio di idee, l'innovazione e la formazione riconoscendo il giusto valore

alle persone che con noi collaborano. Questi sono valori fondanti soprattutto per chi, come noi, ha vocazione al cambiamento e al miglioramento continuo”. A portare le congratulazioni alla neo Presidente, tra gli altri, la Presidente di Unindustria Treviso, Maria Cristina Piovesana, e la Presidente del Gruppo Giovani di Confindustria Padova, Anna Viel.

“I Giovani di Unindustria Treviso – ha detto nel suo intervento Alessia Forte – sono parte attiva nell'ambito delle attività associative nel promuovere, e talvolta anticipare, la sensibilità all'innovazione, dalle start up alla cultura digi-

tale, quale risorsa per affrontare, in un contesto altamente imprenditoriale come il nostro, le trasformazioni dell'economia e della società e creare un contesto favorevole all'ingresso di nuove competenze e sensibilità. Ringrazio tutti i componenti del Direttivo e i soci del Gruppo per aver-

mi affiancata in questi anni così intensi e appassionati”.

In occasione dell'assemblea si è tenuto, nella parte pubblica, l'incontro On Air Ambition Innovation Reaction, con la presenza, accanto ad Alessia Forte ed Alessandra Polin, di relatori come Riccardo Donadon, Fondatore di H – Farm, Horacio Pagani, Presidente di Pagani Automobili, Sara Trabucchi, Head of Enterprise Solutions di Vodafone Italia, Beatrice Maestri, Open Innovation Manager di Electrolux Italia, il Professor Marco Magnani, docente all'Harvard Kennedy School e alla Luiss, con una relazione su Cambiamento e innovazione: minaccia o opportunità? La forza delle idee nelle economie avanzate. Gli interventi sono stati coordinati da Piergiorgio Paladin, di Ideeeuropee. Al termine, è intervenuto Richard Romagnoli, Master Trainer e World Ambassador di Laughter Yoga.

Alessandra Polin, madre di due figli di 15 e 20 anni, ha ricoperto numerosi incarichi nell'azienda di famiglia fino a diventare responsabile allo sviluppo commerciale e al marketing con particolare attenzione alle quattro filiali estere del Gruppo General Filter, multinazionale leader nella filtrazione e qualità dell'aria, presenti in Francia, Turchia, Spagna e Cina. Nello stabilimento di Paese sono attivi più di 130 collaboratori, con l'area direzionale, la ricerca e sviluppo e la produzione industriale. Alessandra Polin è stata fondatrice nel 2015 della start up Meet Your Business, piattaforma collaborativa fruibile via web per unire le funzionalità di un Crm aziendale alle performance di un social.

## Formazione, innovazione, networking, contaminazione, capitale umano



# CULTURA D'IMPRESA

## LA FABBRICA DELLA BELLEZZA, L'IMPRESA SI AFFIDA ALL'ARTE

↓  
Da sinistra:  
Maria Cristina Piovesana,  
Elisa Gera,  
Giovanni Manildo  
e Franco Rosi



Unindustria Treviso e l'Amministrazione Comunale di Treviso, nell'ambito delle iniziative per la XVI Settimana della Cultura d'Impresa di Confindustria, hanno organizzato il 15 novembre al Palazzo dei Trecento di Treviso la proiezione del film *La fabbrica della bellezza*, del regista Giancarlo Marinelli, dedicato alla storia dell'azienda trevigiana Acca Kappa e della famiglia Krüll, attraverso le vicende di quattro generazioni di imprenditori. Dopo il saluto del Sindaco di Treviso Giovanni Manildo e della Presidente di Unindustria Treviso Maria Cristina Piovesana si è tenuta una conversazione con gli attori presenti, lo stesso regista Giancarlo Marinelli, la titolare della Acca Kappa Elisa Gera, il Presidente dell'Associazione Amici di Giovanni Comisso e delegato alla cultura d'Impresa di Unindustria Treviso Ennio Bianco e il Presidente del Consiglio Comunale di Treviso Franco Rosi. Nata nel 1869, Acca Kappa è un marchio storico di eccellenza nella creazione di profumi, spazzole professionali e pro-

dotti per la cura e il benessere del corpo. Nel 2016 ha registrato un fatturato di circa 7 milioni di euro con un incremento del 9% rispetto all'anno 2015. Per un 60% il fatturato deriva da vendite effettuate nei mercati esteri dove è presente in oltre 50 Paesi. Nella sede di Treviso sono occupati circa 50 dipendenti. "L'idea - spiega il regista Giancarlo Marinelli - è quella di raccontare la famiglia Krüll, dagli anni '20 ad oggi, attraverso una spazzola. Che è sempre la stessa; che dipana, intreccia, si perde e si ritrova tra i capelli del tempo. La trama è di per sé affascinante: Hermann Krüll che nel 1869 apre la fabbrica, la gestione che passa da padre in figlio attraverso alti e bassi fino a Elisa Gera Krüll che con vero spirito imprenditoriale ha preso le redini di Acca Kappa e oggi ha deciso di affidare la sua storia nelle mani di un regista. Chiariamolo subito: non si tratta di marketing, di vendere un profumo in più, si tratta di credere nella bellezza di una storia, la propria".

"L'industria e il cinema - commenta Elisa Gera Krüll - sono legati a doppio filo. L'industria costruisce, il cinema narra: nella vita arriva il momento di fare un bilancio. Non è stato semplice ripercorrere le pagine più dolorose, ma la forza evocativa delle immagini ha saputo trasmettere più di quanto possano le parole".

Efficaci gli interpreti che nel corso della storia impersonano i diversi componenti della famiglia: nomi noti e apprezzati come Ivana Monti, Debora Caprioglio, Fabio Sartor, Sergio Muniz, Giulia Pellicciari, Giacomo Vianello, Mirabella Kraemer e Virginia Favaro (e un cameo della stessa Elisa Gera Krüll). Il 1 settembre scorso anche la Mostra del cinema di Venezia ha presentato, nello spazio della Regione Veneto, *La fabbrica della bellezza*.

Il Premio Comisso è stata la 'culla' da cui ha preso il via il progetto. Accakappa è da molti anni una delle Aziende Amiche che sostengono attivamente il Premio, legate dal comune impegno per la cultura e dalle radici trevigiane. "Nelle imprese del territorio veneto - ha detto Ennio Bianco - cresce l'esigenza di raccontarsi, diversamente da quanto è avvenuto finora. A parte pochi casi, non sappiamo raccontare bene le nostre storie, non sappiamo raccontare la bellezza del nostro lavoro, non sappiamo raccontare quella cultura materiale, quella cultura del fare che è il nostro vestito. Il vestito dei giorni di lavoro e il vestito dei giorni di festa. Ma se ci è chiaro che dovremmo comunicare meglio ciò che siamo stati, ciò che siamo, ciò che vorremmo essere, spesso non sappiamo da dove cominciare. Dopo questo film, sappiamo che si può, raccontare la storia di una famiglia, la storia di una produzione che lega assieme la competenza artigianale con l'organizzazione industriale, raccontare anche una storia che lega due culture, quella materiale e quella umanistica, che per molti anni in Veneto hanno viaggiato in binari paralleli, che per molti anni non si sono parlate, ed è ora che lo facciamo, è ora che si lavori assieme come è stato nella migliore storia della nostra regione".

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

# BHR CATERING DIVINO

per le tue cene e cocktail degli auguri  
*ovunque tu vuoi*



**B** LIVE.CONNECT.WORK.  
BHR **WORK**

PRENDIMI.  
USAMI.  
AMAMI.

**IL COWORKING  
DOVE LE IDEE  
PRENDONO VITA.**

- MULTI POSTAZIONE
- UFFICIO IN ESCLUSIVA
- 7/7 GG.
- RECEPTION H24
- RECAPITO/INVIO POSTALE
- WI-FI DEDICATO
- SALE RIUNIONI
- POSTO AUTO
- AREA LUNCH
- AREA SPA E PALESTRA
- SERVIZIO LAVANDERIA

Best Western Premier BHR Treviso Hotel  
Via Postumia Castellana, 2 | 31055 Quinto di Treviso (TV)  
Tel +39 0422 3730 | email [events@bassohotels.it](mailto:events@bassohotels.it)  
[www.bhrtrevisohotel.com](http://www.bhrtrevisohotel.com) | [www.b-work.it](http://www.b-work.it)

**BHR**  
CATERING  
DIVINO

**BHR**  
Treviso Hotel

# GIO- VA- NI/ SCUO- LA/ LAVO- RO

SCUOLA  
NEWS

GIOVANI  
ANTIDOTO  
AL DECLINO

PMI DAY  
PADOVA

PMI DAY  
TREVISO

NUOVO ITS  
CREATORI  
DI APP

ANCHE QUESTA  
È ALTERNANZA

# 4/

## ALTERNANZA SCUOLA LAVORO

Con l'inizio del nuovo anno scolastico riprende l'iniziativa di Unindustria Treviso per favorire l'alternanza scuola - lavoro nel territorio, che dal 2015 è diventata componente strutturale della didattica negli istituti superiori, con 400 ore annue obbligatorie nei tecnici-professionali e 200 nei licei, con migliaia di studenti coinvolti.

In particolare, viene confermato il progetto SC.A.LA (Scuola Alternanza Lavoro per gli istituti superiori della provincia di Treviso), che l'Associazione degli Industriali ha condiviso con l'Ufficio scolastico di Treviso e avviato lo scorso anno. L'iniziativa ha consentito alle scuole superiori di realizzare moduli formativi esperienziali all'Unis&F Lab di Treviso, attivo nella formazione aziendale da oltre 25 anni, a costi sostenuti quasi totalmente da Unindustria. Vi hanno partecipato 700 studenti con i docenti di Unis&f impegnati in 600 ore di lezione esperienziale all'Unis&f Lab e nelle sedi scolastiche. Tra i diversi percorsi proposti, particolarmente numerosi i partecipanti ai corsi di sviluppo delle abilità e competenze personali, sviluppo delle competenze informatiche ed organizzative, e per competenze emergenti come 3D e droni.

“Il Progetto SC.A.LA per il 2017/2018 – dichiara Sabrina Carraro, Vicepresidente di Unindustria Treviso con delega al Capitale umano – mantiene tutti i percorsi formativi implementando l'offerta con nuove opportunità, come Industry 4.0 Experience, che darà l'opportunità agli studenti di entrare in realtà aziendali innovative, di vedere da vicino la fabbrica 'intelligente', di conoscere in prima persona e capire il mondo del lavoro del futuro che si connette anche oltre i confini aziendali. Con SC.A.LA ciascuna scuola potrà valutare diversi moduli formativi scegliendo le competenze utili all'inserimento in contesti lavorativi, con un'organizzazione esperta e in una sede adeguata”. Unindustria Treviso collabora da circa trent'anni con il mondo della scuola nel territorio. Lo scorso anno scolastico 41 imprese, con il coordinamento dell'Area Scuola di Unindustria Treviso, hanno partecipato a iniziative con 28 scuole del territorio, ospitando visite di studenti e insegnanti, o con testimonianze di imprenditori e dei loro collaboratori nelle classi, nell'incontro con gli inse-

gnanti o con la partecipazione ai Comitati tecnico - scientifici costituiti presso alcuni Istituti tecnici e professionali, l'assegnazione di project work agli studenti.

SC.A.LA  
Scuola Alternanza Lavoro



## BRETON

Da sempre Breton S.p.A. di Castello di Godego pone molta attenzione al rapporto scuola-lavoro, intrattenendo relazioni con istituti tecnici e professionali della zona, in modo da avvicinare e far conoscere agli studenti il vero significato di “mondo del lavoro” prima che concludano il loro percorso studi: uno scambio di risorse, idee e conoscenze che crea una situazione win-win.

Breton aveva partecipato alla settima edizione del “Pmi Day”, iniziativa nazionale di Confindustria per promuovere lo scambio di conoscenza tra imprese e mondo della scuola e poi al progetto di “Alternanza Scuola Lavoro”, coordinato da Unindustria Treviso in collaborazione con il Club BIT – Backup Informatico Trevigiano.

La start date è stata l'11 novembre 2016 e all'azienda godigese sono stati affidati i ragazzi del Liceo Da Vinci di Treviso, che nei due incontri presso la sede di Castello di Godego hanno potuto conoscere e respirare nei reparti e nei corridoi d'ufficio il mondo aziendale Breton. Nelle due occasioni sono stati loro forniti brief e diverse indicazioni sul lavoro commissionato. I ragazzi si sono in seguito autogestiti pur avendo come referente aziendale Antonio Nardo, responsabile del Dipartimento Informatico.

Nello specifico il progetto prevedeva la realizzazione di una App iOS/Android che permettesse di rappresentare in forma grafica l'andamento di fenomeni statistici aziendali. La volontà di utilizzare una App risiedeva nella necessità di una gestione facile, immediata e libera tramite dispositivi quali smartphone, tablet o smart TV.

A seguito di un periodo di autogestione monitorata di circa sette mesi, gli studenti del quinto anno dei diversi istituti hanno potuto esporre i propri elaborati finali nella sessione conclusiva del progetto ASL il 1 giugno a palazzo Giacomelli, storica sede di Unindustria Treviso.

La “squadra Breton” in casacca rossa direttamente dal quinto anno del liceo scientifico ha esposto il progetto davanti a studenti, esponenti delle diverse aziende partecipanti, nonché ai soci del Club BIT, dirigenti scolastici e funzionari di Unindustria Treviso. Una conclusione in bellezza per un'edizione di successo fin dai suoi esordi.

Coronamento finale è avvenuto il 5 set-

tembre, data in cui gli ex ragazzi del liceo, oramai universitari, si sono presentati nella sede Breton per esporre e consegnare alla proprietà, ai responsabili e ai diversi stakeholder del progetto, la App. Ad ognuno di essi è stato poi donato come segno di riconoscimento una gift card Mediaworld a conclusione di un percorso... tecnologico.

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

**breton**  
Driven by Innovation



## SCUOLA EDILE

Imparare il mestiere lavorando per la comunità. Si chiama Impresa Civica Edile ed è l'opportunità prevista dal Piano annuale di Formazione della Regione Veneto che prevede di svolgere in un cantiere pubblico una parte delle esercitazioni pratiche previste nel monte ore totale di 990 ore. Un'opportunità colta dal Centro di Formazione Professionale Edile di Treviso, che organizza i percorsi a qualifica e diploma professionale per i futuri operai edili.

L'opera è stata presentata il 26 ottobre, alla presenza del Sindaco di Treviso, Giovanni Manildo, dell'Assessore Ofeilio Michielan, di Davide Feltrin e Gianluca Quatralè, Presidente e Vicepresidente della Scuola Edile di Treviso, e di Gianni Marcon, Vicepresidente Sezione autonoma Ance – Unindustria Treviso.

Dopo le positive esperienze degli anni scorsi con i Comuni di Silea e di Ponzano Veneto, ha stipulato una convenzione con il Comune di Treviso per contribuire al progetto di riqualificazione/manutenzione dello stadio comunale Omobono Tenni.

I 32 allievi della scuola edile delle classi seconda e terza, seguiti dai propri insegnanti, hanno così eseguito nel mese di ottobre interventi di manutenzione straordinaria, secondo un progetto esecutivo e un capitolato lavori predisposto dagli Uffici comunali. Vi è stato un coordinamento lavori in fase di esecuzione per assicurare che le singole lavorazioni garantissero un'esecuzione finale a regola d'arte. L'esperienza pratica ha avuto una durata di 10 giornate.

“Impara l'arte e mettila da parte. L'antico detto è oggi più valido che mai – ha dichiarato il Sindaco di Treviso Giovanni Manildo –. Apprendere un mestiere presso delle strutture qualificate significa investire sul proprio progetto di vita e sul proprio futuro. Per questo da Sindaco sento di ringraziare la scuola edile che con questo progetto fa un doppio regalo alla nostra comunità. Da un lato contribuisce alla formazione dei nostri giovani e dall'altro interviene su una struttura simbolo dello sport trevigiano che oggi necessita di molti interventi. Nel 2016 il Comune di Treviso ha attivato 224 tirocini nell'ambito dell'alternanza scuola lavoro – ha ricordato il Sindaco –. Gli studenti provenivano dai licei, classico, scientifico,

artistico, ma anche dagli istituti tecnici e dalle Università, Ca' Foscari di Venezia e degli studi di Padova. Per gli studenti è stata un'occasione per avvicinarsi al mondo del lavoro, acquisire competenze 'sul campo', sia di tipo amministrativo che specialistico. Treviso e la Marca devono continuare ad essere laboratori creativi, ai quali guardare con interesse, con un modello eccellente di formazione e di impresa. L'alternanza scuola-lavoro può rappresentare così un'occasione importante sia per chi si occupa della formazione, sia per le imprese che potranno contare su queste competenze”.

Anche a compiere una ricognizione sullo stato di degrado di alcuni elementi strutturali e non della tribuna del Tenni erano stati dei giovani studenti, quelli della classe 5b CAT dell'Istituto Palladio di Treviso nell'ambito delle attività di alternanza scuola/lavoro. Sulle loro analisi si è basato il progetto del Comune di Treviso che è stato poi realizzato dagli allievi della Scuola Edile.

“L'intervento – ha spiegato Davide Feltrin, Presidente della Scuola Edile di Treviso – costituisce una modalità alternativa di svolgimento delle attività pratiche nei laboratori didattici interni alla Scuola Edile, ed è finalizzato a favorire l'apprendimento in situazione reale per superare le distanze tra realtà scolastica e lavorativa. Gli allievi vengono seguiti continuativamente da un istruttore/docente incaricato dalla Scuola in un percorso formativo e di orientamento, che non è naturalmente configurabile in alcun modo come rapporto di lavoro. Ciò detto, viene tenuta a riferimento una situazione il più possibile reale quale l' "affidamento lavori" da parte di un Ente pubblico. Per il nostro Centro di formazione professionale – gestito pariteticamente da Unindustria/Ance Treviso e rappresentanti dei Sindacati edili – questo è un obiettivo strategico sia perché rafforza la preparazione dei giovani che andranno ad operare nelle imprese edili, ma anche perché porta benefici alle nostre comunità. Va detto che in questo ultimo anno la richiesta da parte delle imprese edili di giovani qualificati presso la Scuola Edile è molto forte: di fatto tutti i nostri studenti trovano occupazione”.

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



↑  
Gli allievi della scuola edile allo stadio Tenni

### CFP MADONNA DEL GRAPPA

A inizio giugno, presso l'Aula Magna di En.a.i.p. Veneto a Padova, si sono svolte le premiazioni del concorso “I Makers dei C.F.P.: Fare Bellezza – 2017” promosso da Ebirfop, l'Ente Bilaterale Nazionale della Formazione Professionale tra i Centri di Formazione del Veneto. I docenti e gli allievi degli enti finalisti hanno presentato i lavori svolti per il progetto e in seguito si è svolta la premiazione.

Il Centro di Formazione Professionale Madonna del Grappa di Treviso si è aggiudicato il secondo premio, del valore di 4mila euro con il Progetto “Bel viso a cattivo gusto”, con cui gli studenti hanno reinterpretato gli oggetti brutti e di cattivo gusto presenti nel tessuto urbano di Treviso come se fossero degli artigiani. Attraverso l'integrazione tra le abilità manuali e digitali hanno realizzato dei collage che hanno dato vita a nuovi oggetti. Le classi coinvolte sono state la classe seconda e terza del corso grafico dell'Istituto Canossiano.

I ragazzi hanno “navigato” nella città, osservato e identificato le componenti brutte e non contestualizzate nel territorio. Si sono serviti poi del mezzo fotografico per immortalare la componente chiave per poi, in gruppo, assemblarla a quelle trovate dagli altri compagni per dar vita ad un oggetto del tutto nuovo. La realizzazione a computer grafica li ha visti lavorare con software di elaborazione fotografica per dar vita a nuove immagini di rinnovato senso e utilità. È stata premiata la capacità di dar nuova vita ad oggetti abbandonati e reinterpretare quelli brutti e di cattivo gusto

presenti nel contesto cittadino e la “cura” intesa come prendersi cura della città, dedicando ad essa tempo e pensiero. Alla premiazione erano presenti la docente di Computer Grafica Valeria Lorenzon e il Direttore Andrea Michielan, che ha affermato: “Siamo onorati per il premio ricevuto e contenti che la nostra idea e il nostro lavoro sia stato apprezzato. Il premio sarà utilizzato dalla nostra scuola per investimenti innovativi, mediante tecnologie che portino un valore aggiunto alla didattica, affinché la formazione degli allievi sia il più possibile al passo con i tempi e capace di contribuire allo sviluppo del territorio”.

[www.canossiane-treviso.it](http://www.canossiane-treviso.it)



## ROTARY CLUB CASTELFRANCO VENETO

“Le trame di Giorgione”, la grande mostra che ha preso il via il 27 ottobre al Museo Casa Giorgione a Castelfranco Veneto, è la prima grande esposizione in Italia ad essere affidata, per la gestione di tutta una serie di servizi fondamentali, ai ragazzi delle scuole. Non studenti universitari ma ragazzi – anche molto giovani – delle superiori, coinvolti nel progetto “Millennials”, ragazzi che accolgono i visitatori e li accompagnano nella visita alla mostra, con competenza e garbo. “Che a noi risulti – afferma Danila Dal Pos, che de Le trame di Giorgione è il curatore – si tratta del primo esempio italiano di grande mostra museale “affidata” ai giovanissimi per servizi così importanti come quelli che i nostri ragazzi gestiranno in Casa di Giorgione”.

“Quella che ha aperto i battenti il 27 ottobre – ha detto il Sindaco Stefano Marcon – non è solo una grande, importante mostra d’arte, ma qualcosa di più e di diverso: un progetto ‘corale’, che vuole coinvolgere i principali protagonisti di una comunità, facendo nascere e crescere idee e contaminazioni tra cultura, industria, educazione ed economia. Lo vogliamo pensare come il “seme” di un nuovo modo di concepire le operazioni culturali, secondo un modello inclusivo, che ha l’obiettivo di creare valore in modo diffuso e duraturo”. “Il coinvolgimento dei “Millennials” è una parte importante di questo progetto”, sottolinea Danila Dal Pos. “105 alla carica sono infatti i ragazzi che abbiamo selezionato per condurre i visitatori nei luoghi di Giorgione. Sono tutti studenti di scuole castellane e del territorio, ad indirizzo umanistico, che con Le trame di Giorgione, testeranno per la prima volta, attraverso l’Alternanza Scuola-Lavoro, non solo la solidità della loro preparazione storico-artistica, ma anche le loro doti organizzative e relazionali e la capacità di essere credibili ed autorevoli con i loro pari: le scolaresche in visita alla mostra. 110 ancora alla carica sono i Millennials coinvolti nel concorso di idee per la valorizzazione e la promozione dei beni culturali del territorio di Castelfranco Veneto e Asolo, realizzato in collaborazione e con il finanziamento del Rotary Club di Castelfranco-Asolo, che mira a produrre un messaggio di promozione del-

la città di Giorgione sui social media, e che contribuirà a promuovere la mostra. Sono ragazzi formati sui principali beni culturali del territorio, ma anche su come si lavora in equipe, sul come si selezionano i materiali foto e video, su come si conduca un’operazione di marketing e poi di web marketing. Abbiamo parlato con loro di storytelling e di storyboard, la piattaforma multimediale con la quale sono collegati a noi, li vede caricare ogni giorno i propri lavori con i quali concorrono alla selezione e all’assegnazione dei premi messi in palio dal prestigioso sponsor. Con queste iniziative abbiamo voluto reinventare il rapporto tra scuola e beni culturali, nella convinzione che una conoscenza approfondita e appassionata delle emergenze artistiche di un ambito, renda i cittadini consapevoli che la loro tutela e valorizzazione può diventare una concreta risorsa per l’intero territorio, che è anche l’unica strada per imparare a salvaguardarlo. Ma c’è anche una ragione in più: far conoscere ai ragazzi le nostre radici ‘antiche’ e portarli a credere nella forza e nel valore delle opere che li circondano: è un contributo alla costruzione della loro identità e alla crescita del territorio”.

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



## CAME

C’è un trevigiano tra i 15 migliori studenti della terza edizione di Campus Came: si chiama Alessandro Gagno, studia all’Istituto Professionale Statale per l’Industria e l’Artigianato Vittorio Veneto Città della Vittoria di Vittorio Veneto, e si è aggiudicato un’esperienza formativa in azienda, distinguendosi tra gli oltre 450 giovani provenienti da 15 istituti tecnici e professionali italiani che hanno partecipato al progetto.

Came S.p.A. di Dosson di Casier ha lanciato Campus Came, progetto, dedicato alle scuole professionali italiane per diffondere la cultura dell’automazione e della domotica, valorizzare il talento e avvicinare gli studenti al mondo del lavoro e contribuire a formare nuove generazioni di installatori. Lo studente trevigiano ha partecipato al progetto insieme ai compagni, ad altre classi della propria scuola e agli allievi di Istituti tecnici e professionali di Abruzzo, Campania, Emilia Romagna, Friuli Venezia Giulia, Lazio, Lombardia, Liguria, Marche, Piemonte, Toscana, Trentino, Umbria e Veneto, contraddistinguendosi per le proprie competenze e le proprie capacità. Campus Came ha l’obiettivo di far conoscere ai giovani la professione dell’installatore avvicinandoli al mondo dell’automazione attraverso un percorso formativo in aula, realizzato nelle scuole che hanno aderito all’iniziativa. Il progetto offre, inoltre, ai migliori studenti di ciascuna regione coinvolta l’opportunità di approfondire le proprie conoscenze perfezionandole con uno stage di 15 giorni in azienda.

Ai giovani più promettenti è stata offerta un’esperienza formativa nelle sedi Came di Dosson di Casier e di Sesto al Reghena (Pordenone). La prima settimana di stage è focalizzata su lezioni in azienda per acquisire nozioni e competenze sulle tecnologie, sulle certificazioni e sulla normativa vigente. Il programma didattico consente ai ragazzi di apprendere anche basi di marketing e di gestione aziendale con un focus sulla prevenzione e presentazione di un’offerta, mentre la seconda settimana è interamente dedicata al tirocinio, presso una delle imprese di installazione autorizzate del Gruppo Came presenti sul territorio. Ad accogliere il ragazzo dell’Istituto Professionale Statale per l’Industria e l’Artigianato “Vittorio Veneto Città della Vittoria”,

l'impresa di installazione G.E.M. S.r.l. di Conegliano.

Campus Came, non solo evidenzia il ruolo sociale che Came ha sempre giocato nelle comunità in cui opera, ma è anche valso all'azienda un prestigioso riconoscimento: Confindustria l'ha annoverata tra le imprese che si sono distinte per la loro attività di orientamento verso i giovani attivando collaborazioni con scuole, università e ITS nella dodicesima edizione del Premio Orientagiovani. Il Gruppo, da oltre tre anni sta contribuendo a formare nuove generazioni di installatori capaci di essere innovatori e in grado di diventare imprenditori di se stessi. Il successo riscosso nelle precedenti edizioni di Campus Came ha spinto l'azienda trevigiana ad estendere l'iniziativa, partita nel 2014 in Veneto e Friuli Venezia Giulia, fino a coinvolgere nell'anno scolastico 2016-2017 15 istituti in 14 regioni d'Italia. Per l'anno scolastico 2017/2018 il progetto verrà completato e si estenderà a 20 istituti, andando a coprire l'intero territorio nazionale.

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

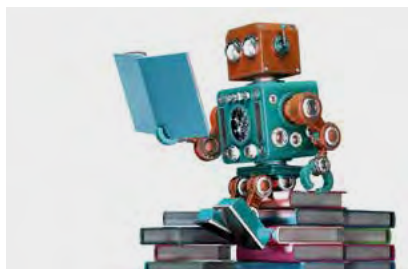


## IPSIA GALILEI

Nuova sperimentazione per gli studenti di alcune classi dell'Ipsia Galilei di Castelfranco Veneto, utilizzando l'intelligenza artificiale nella traduzione ed elaborazione di testi letterari di William Shakespeare ed Ernest Hemingway.

“Le traduzioni di testi con Google translate, Microsoft translator, o Facebook translator, che sono comunemente utilizzati dagli studenti e non solo, non danno spesso risultati soddisfacenti in quanto producono una traduzione letterale sequenziale parola per parola – ha spiegato il Professor Daniele Pauletto, che sta seguendo il progetto –. Mancano alcune sfumature e idiomi, oppure la traduzione di questi idiomi risulta spesso errata o poco corretta. Per risolvere il problema abbiamo cercato sistemi più evoluti che impiegassero l'Intelligenza artificiale A.I. (il machine learning)”. Quali sono le differenze? “Tali sistemi – prosegue – offrono spesso una traduzione più naturale che si avvicina a quella di un traduttore umano. L'apprendimento automatico (chiamato anche machine learning dall'inglese) fornisce ai computer l'abilità di apprendere senza essere stati esplicitamente programmati. Basta inserire i dati in un algoritmo generico e l'algoritmo genera una propria logica basandosi sui dati inseriti”.

[www.ipsia-galilei.gov.it](http://www.ipsia-galilei.gov.it)



## ISTITUTO CERLETTI CARPENÈ-MALVOLTI

Presentata il 9 ottobre nell'Aula Magna della Scuola Enologica di Conegliano la Borsa di studio internazionale Etilia Carpenè Larivera – sesta Generazione della famiglia Carpenè – che sarà sostenuta dalla Cantina Carpenè Malvolti S.p.A., con l'obiettivo di valorizzare e premiare gli studenti più virtuosi dell'Istituto Cerletti e della Fondazione ITS nonché per proiettarli in una prospettiva internazionale.

“Accolgo con molto orgoglio questa ulteriore dimostrazione della famiglia Carpenè di vicinanza alla nostra realtà scolastica – ha commentato la Preside del Cerletti Damiana Tervilli – la borsa di studio rinnova la collaborazione che lega da sempre siffatta realtà imprenditoriale con la principale istituzione formativa del territorio. L'auspicio è che tale riconoscimento meritocratico – al pari di altri già promossi in passato insieme alla Carpenè Malvolti – possa costituire l'ennesimo passaggio miliare nella storica relazione tra il nostro Istituto e la Famiglia Carpenè”.

“La mia famiglia – ha affermato Etilia Carpenè, Presidente della Carpenè Malvolti e della Commissione della Borsa di studio – si è da sempre impegnata in favore della formazione culturale delle nuove generazioni nonché nella valorizzazione del tessuto socio-economico del nostro territorio. Il Prosecco stesso, di cui ci pregiamo di essere i pionieri – ne è un illustre ambasciatore nel mondo oltretutto essere uno dei vini più conosciuti ed apprezzati in tutti e cinque i continenti. Ecco perché nell'ottica di dare agli studenti più meritevoli un'opportunità formativa a livello internazionale, abbiamo voluto istituire questa Borsa di studio internazionale, consistente in un viaggio di studio all'estero presso una università ed un'impresa, al fine di permettere loro un approfondimento delle dinamiche economico-finanziarie inerenti al settore agro-alimentare ed alla sostenibilità ambientale, quale fattori critici di successo sui mercati internazionali”. I requisiti per candidarsi sono anzitutto l'aver conseguito il Diploma di Enotecnico o il Diploma ITS, avere una certificazione B1 nella lingua inglese ed aver svolto un project work in lingua inglese. I candidati saranno valutati da una Commissione che si costituirà an-

nualmente e sarà composta da sei membri, ovvero un rappresentante della Carpenè Malvolti, che la presiede, un Dirigente Scolastico del Cerletti, un accademico, esperto in sostenibilità ed in materia viticola-enologica, un rappresentante del mondo del lavoro, un docente del G.B. Cerletti ed un delegato della Fondazione ITS.

Nel mese di settembre è stato presentato al Teatro Toniolo di Conegliano anche il nuovo statuto per l'assegnazione della Medaglia d'Oro Antonio Carpenè. La revisione si è resa necessaria per adeguare la preesistente impostazione all'applicazione della legge di riforma 13/2008, che ha di fatto trasformato in facoltativo il sesto anno del percorso di studi per il raggiungimento della qualifica di Enotecnico. Gli aspiranti partecipanti, in ragione al nuovo Statuto, dovranno aver frequentato l'indirizzo Viticolo-Enologico presso la Scuola Enologica e disporre dei seguenti requisiti: voto di diploma di 100/100; a parità di voto, la media dei voti del triennio nelle discipline di indirizzo; a parità di media del punto precedente, miglior media di ammissione all'esame di stato; a parità di miglior media, minore età. Alla luce dei nuovi adeguamenti, rimane comunque ferma la modalità di attribuzione di riconoscimento, che continuerà ad essere assegnato, su proposta della Commissione valutatrice del Cerletti di Conegliano nominata dal Dirigente Scolastico, al migliore degli allievi che abbia completato il percorso viticolo enologico, dando priorità agli studenti iscritti all'anno di specializzazione e che abbiano conseguito la lode.

“È un onore ed una emozione fortissima dopo 150 anni di attività d'impresa, di cui 142 vissuti al fianco della Scuola Enologica, essere ancora qui a celebrare la memoria e le grandi imprese del mio trisavolo – ha commentato Rosanna Carpenè, quinta generazione della famiglia più longeva della spumantistica italiana – che si è prodigato tanto ed a lungo affinché questo territorio potesse mettere a frutto una vocazione che lo caratterizzava da circa 2000 anni ma che solo negli ultimi due secoli ha saputo valorizzare. La fondazione di una casa spumantistica come la Carpenè Malvolti prima e l'istituzione della Scuola Enologica poi sono stati i primi gesti di riconoscenza, che il capostipite della mia famiglia ha voluto tributare

alla sua Conegliano, rendendola un punto di riferimento a livello internazionale sia per la produzione del Prosecco sia per gli studi sull'enologia e l'enotecnica. Ha creduto nelle potenzialità del territorio e delle persone, ha cercato di creare opportunità di crescita socio-economica e l'essere qui oggi a parlarne dimostra che l'intento è andato a buon fine. Sono pertanto fiera di poter affermare che la mia famiglia continuerà ancora a sostenere la Scuola ed gli studenti più meritevoli, attraverso borse di studio e riconoscimenti meritocratici”. Pur essendo stata introdotta 114 anni fa, la Medaglia d'Oro Carpenè è stata assegnata “soltanto” 57 volte, sia per la severità della selezione che per la non assegnazione per ben 25 anni dovuta al cambiamento delle norme per l'effettuazione dell'esame.

[www.isisserletticonegliano.gov.it](http://www.isisserletticonegliano.gov.it)  
[www.carpene-malvolti.com](http://www.carpene-malvolti.com)



↑  
Membri della commissione della prima borsa di studio internazionale Etilia Carpenè Larivera

## UNIVERSITA' DEL VOLONTARIATO

Avviato il 4° anno di Università del Volontariato di Treviso, percorso di alta formazione gratuito offerto da Volontarinsieme – CSV Treviso insieme all'Università Ca' Foscari Venezia, e che ha già formato 90 corsisti e visto la partecipazione di oltre mille persone alle lezioni specialistiche.

La classe dell'anno 2017-2018 è formata da 36 corsisti, 33 di Treviso e 3 di Belluno (con cui è stata avviata una bella collaborazione) 25 donne e 11 uomini; 19 le persone già attive nel volontariato, 12 gli studenti universitari e 5 i cittadini aspiranti volontari. Una classe eterogenea ma essenzialmente giovane, con un'età media di 43 anni, così ripartita: 14 corsisti hanno tra i 30-55 anni, 12 tra i 20-30 anni e 10 tra i 55-80 anni.

Grazie alla fruttuosa collaborazione con il Centro Selisidi Treviso, durante l'estate è stata avviata un'analisi dell'impatto sociale delle attività realizzate dall'Università del Volontariato a Treviso. I risultati, presentati durante la cerimonia di avvio, sono molto significativi e attendibili, considerando che ha risposto oltre l'80% degli ex-studenti di Università del Volontariato.

Tra gli aspiranti volontari, coloro che quindi non avevano mai fatto volontariato, uno su due dopo l'Università del volontariato ha intrapreso un percorso all'interno di un'associazione del territorio. Chi, tra i corsisti, era già attivo nel mondo del volontariato, ha potuto portare delle migliorie organizzative e di contenuto all'interno della propria realtà associativa, assumendo, in alcuni casi, ruoli di responsabilità. Inoltre, nel corso di queste tre edizioni, grazie a UniVol sono nate una decina di nuove associazioni di volontariato.

“È importante poter vedere i frutti di questo percorso di alta formazione, che non solo arricchisce le persone che decidono di mettersi in gioco e frequentare un anno di lezioni, ma ha una ricaduta sociale e valoriale molto importante per le nostre comunità – ha affermato Alberto Franceschini, Presidente di Volontarinsieme CSV Treviso -. Molto positivo anche il fatto che le richieste di iscrizione non abbiano avuto un calo, che sarebbe stato fisiologico, ma si attestino sempre sopra le cento persone che ogni anno chiedono di frequentare Università del Volontariato”.

L'offerta formativa è stata arricchita da

due nuove aree tematiche, una dedicata a Economia, Impresa e Finanza per l'Innovazione sociale che vuole considerare il Volontariato anche dalla prospettiva dell'analisi economica, studiando le sue relazioni dirette e indirette con lo sviluppo delle società moderne. Un'altra dedicata alla Relazione d'aiuto orizzontale – i gruppi AMA (auto mutuo aiuto) in questo caso Università del Volontariato diventa il luogo in cui ospitare anche la formazione trasversale dedicata a queste particolari reti di prossimità, offrendo un ciclo di lezioni volte a sostenere e qualificare l'impegno dei volontari facilitatori dei gruppi. Importante anche la revisione dell'area Amministrazione, fiscalità e normativa con una ricca offerta di lezioni dedicate a fornire alle associazioni tutti i supporti utili in conoscenze e applicazioni pratiche delle novità introdotte dai decreti attuativi della Riforma del Terzo settore (dalla tenuta dei libri contabili, alla revisione delle procedure del beneficio del 5 per mille, fino ai nuovi voucher). Tra gli elementi di novità nella sezione Attualità, una lezione dedicata a differenze di genere e violenza "Maschile, femminile, plurale" e un modulo di tre lezioni dedicate all'agenda 2030 per lo Sviluppo Sostenibile.

"Innovazione sociale, economia del terzo settore e politiche di inclusione sono ambiti sui quali Ca' Foscari e il Campus di Treviso sono attivamente impegnati sul piano scientifico e didattico. Anche per questo Ca' Foscari crede molto al valore sociale e culturale dell'Università del Volontariato, con cui collaboriamo da anni mettendo a disposizione proprie competenze e sviluppando specifiche attività di ricerca. Grazie al sostegno di CSV alcuni nostri laureandi della Scuola di Economia, Lingue e Imprenditorialità per gli Scambi Internazionali sono infatti impegnati a monitorare i percorsi professionali dei frequentanti l'Università del Volontariato e analizzare l'impatto economico e sociale del terzo settore sul nostro territorio", ha dichiarato durante la lezione di avvio il Professor Giancarlo Corò, docente all'Università Ca' Foscari e Direttore del centro dipartimentale Selisi.

[www.trevisovolontariato.org](http://www.trevisovolontariato.org)



## INTERCULTURA

Unindustria Treviso ha promosso anche quest'anno la borsa di studio di 10mila euro, in collaborazione con la Fondazione Intercultura Onlus, per sostenere la partecipazione di uno studente trevigiano ai programmi di Intercultura che consentono di trascorrere un intero anno scolastico in un Paese del mondo, tappa importante per la crescita educativa e personale dei più giovani.

È il quinto anno che Unindustria promuove questa iniziativa, che si rivolge ai figli dei dipendenti delle aziende associate nati indicativamente tra il 1° luglio 2000 e il 31 agosto 2003 e residenti in provincia di Treviso.

Vincitrice della scorsa edizione è stata Alessia Citron, che ha iniziato nelle scorse settimane l'esperienza in Cina. Precedentemente, la borsa di studio aveva sostenuto il programma in Costa Rica di Tomaso Bergamo, Lisa Dal Colle (Messico), Elisa Bernardi (Argentina), Martina Chiara (Usa) e Fabio Della Colletta (Messico).

Intercultura da 60 anni promuove il dialogo interculturale attraverso programmi di scambi internazionali che coinvolgono migliaia di giovani e famiglie in tutto il mondo.

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



## ACTIVE LEARNING LAB

Il 1° ottobre, a TRA – TrevisoRicercaArte, l'Università Ca' Foscari ha presentato alla cittadinanza i quattro progetti di innovazione sociale sviluppati da team di studenti universitari e giovani laureati durante il laboratorio Active Learning Lab – Urban Innovation, edizione 2017. L'edizione appena conclusa ha avuto come cappello tematico le "Città Generative", concentrando l'attenzione su progetti di partecipazione cittadina e sviluppo di comunità, inclusione lavorativa di persone a rischio di esclusione sociale e welfare cittadino attraverso servizi integrati. Il laboratorio ha visto la stretta collaborazione tra l'Università e 4 realtà del territorio, provenienti sia dal pubblico che dal privato, in particolare: Cooperativa Solidarietà (di tipo A) + Cooperativa Topinambur (di tipo B); un'istituzione, il Comune di Treviso; un'associazione sportiva dilettantistica, la Polisportiva Terraglio; un'azienda, la padovana Arianna Led. Nel corso delle sei settimane, il network si è esteso notevolmente includendo esperti del settore, professionisti, tecnici comunali, docenti, portatori di esperienze imprenditoriali di ispirazione per i partecipanti.

Nella presente edizione, 46 partecipanti, inclusi 8 richiedenti asili e rifugiati risiedenti nella provincia di Treviso, divisi in team multidisciplinari.

Promotrice dell'Active Learning Lab – Urban Innovation è l'Università Ca' Foscari attraverso la Scuola di Economia, Lingue e Imprenditorialità per gli Scambi Internazionali (Selisi), in collaborazione con Fondazione Ca' Foscari.

Partner dell'iniziativa sono state Azzurro Digitale, Human Foundation, la Prefettura di Treviso, Fondazione Cassamarca, Fondazione Iglesias, InfiniteArea, Treviso Smart Community, Caritas Tarvisina, La Esse – Società Cooperativa Sociale, SPRAR – Sistema di Protezione per Richiedenti Asilo e Rifugiati, GAAC – Gruppo Associazione per un Abile Città. Sponsor sono stati Camera di Commercio Treviso – Belluno, Camera di Commercio Venezia Rovigo Delta Lagunare, Unicredit, Unindustria Treviso, Confartigianato Marca Trevigiana, Rotary Club Treviso, AIM Energy, Assicurazione Generali, Arianna Led, Gruppo Terraglio, Cooperativa Solidarietà, MOM – Mobilità di Marca.

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

# GIOVANI ANTIDOTO AL DECLINO

SCUOLA E IMPRESA,  
LA PROPOSTA  
DI CONFINDUSTRIA  
PADOVA



Gli ultimi bollettini ufficiali (Banca d'Italia, Istat, Veneto Lavoro) lo certificano: la ripresa è in atto e sia pur lentamente sta chiudendo anche il cerchio dell'occupazione. Ma se ci riferiamo ad un parametro "sociale" come giovani e lavoro, l'effetto di trasmissione in basso non è così immediato. I dati sulla disoccupazione giovanile, pari al 23,2% a Padova nel 2016 (35,7 la media nazionale a settembre), sui Neet, ma anche sul mismatch tra domanda e offerta sono una ferita aperta, anche in un laboratorio del link tra scuola e impresa come Padova. Si sta privando il nostro sistema economico di una risorsa rara per continuare a competere nel mondo e, nel frattempo, si sta togliendo alle nuove generazioni la possibilità di costruire il proprio futuro su basi solide. Costruirlo nel nostro territorio, a partire dalla scuola.

Le imprese padovane sentono la responsabilità di avanzare una proposta, lanciando un messaggio diretto, alle istituzioni formative, agli studenti e alle famiglie, agli insegnanti e agli stessi

↓  
[Luci sull'impresa](#)

↳  
[Anna Viel](#)

imprenditori: senza puntare sui giovani siamo condannati al sottosviluppo. L'Italia e il nostro territorio non hanno risorse naturali e materie prime, ma hanno una ricchezza che il mondo ci riconosce: i nostri talenti. Siamo il secondo paese manifatturiero in Europa, il settimo al mondo. Siamo leader in settori chiave dell'Industria 4.0 e la bellezza dei nostri prodotti, l'efficienza della tecnica, la professionalità delle persone, sono il marchio inconfondibile del nostro manifatturiero. Eppure rischiamo di perdere tutto questo.

I giovani sono gli eredi del "Made in Italy", ma abbiamo, tutti, il compito di offrire loro gli strumenti per poter accedere alla nostra grande tradizione industriale che ha bisogno di nuove energie e nuova vitalità.

Da qui nasce la visione di Confindustria Padova sul rapporto con la scuola. Sull'educazione, la crescita e l'occupabilità dei giovani. Una visione che fa perno sulla progettualità per favorire l'alternanza scuola-lavoro (asl) nel territorio

e una diversa narrazione della 'fabbrica', luogo di innovazione per eccellenza e motore insostituibile di crescita dei giovani. Nell'ultimo anno sono stati 6.476 i progetti di alternanza realizzati a Padova, di cui 5.487 in aziende private, pari al 84,8% del totale. Un risultato importante, frutto dell'obbligo curricolare dell'asl (dal 2015), ma anche del dialogo costruttivo scuola-impresa.

I progetti per l'alternanza dell'Associazione hanno coinvolto 4.150 studenti di 30 scuole del territorio e 380 imprese. Da oggi il nostro impegno riparte con slancio, con progetti come "Luci sull'Impresa" e con la novità di moduli formativi esperienziali dedicati a Industria 4.0. Proprio quando il più grande salto tecnologico sta cominciando ad esplicitare le sue potenzialità, non possiamo rinunciare a coinvolgere i giovani. Industria 4.0 la dobbiamo declinare ai giovani come una rivoluzione culturale del lavoro che ha bisogno delle loro competenze. Competenze da riconoscere e pagare di più nelle nostre imprese, coinvolgendole sempre più direttamente, a cominciare dal massiccio ricorso all'apprendistato di terzo livello. Investire in conoscenza assumendo laureati non è un costo, ma un investimento.

Vogliamo mettere a sistema gli strumenti di collegamento tra formazione e lavoro, come asl, apprendistato, Its, fondi interprofessionali, con l'impegno di far sentire ai ragazzi il profumo della nuova 'fabbrica', digitale e connessa, rendere l'impresa manifatturiera sempre più un alleato delle nuove generazioni. Perché la 'fabbrica' è una comunità che educa, orienta, accompagna al lavoro. Confindustria Padova è in prima linea per ribadirlo con forza e offrire il suo contributo di visione, proposte, operatività.

*Anna Viel,  
Presidente Giovani Imprenditori  
Confindustria Padova,  
Delegata all'Education*





Sono state ben 29 le piccole e medie imprese padovane che hanno aperto le porte a oltre 800 giovani nell'ambito dell'ottava edizione di Pmi Day – Industriadmoci, la Giornata nazionale promossa da Piccola Industria di Confindustria. L'appuntamento è stato il 17 novembre con visite guidate, laboratori e incontri, per studenti e insegnanti delle classi 3°, 4° e 5° di 11 Istituti superiori, e del terzo anno dei corsi laurea in chimica, chimica industriale e scienza dei materiali dell'Università di Padova, di immergersi nel mondo delle imprese padovane.

“Con il Pmi Day Piccola Industria vuole parlare ai giovani perché si sentano protagonisti dell'innovazione che stiamo vivendo – dichiara Ruggero Targhetta, Rappresentante Piccola Industria di Confindustria Padova –. Ai millennials vogliamo raccontare la passione e l'originalità del fare impresa e il patrimonio di conoscenze che queste custodiscono, una ricchezza da alimentare con la creatività dei giovani. I dati sulla disoccupazione giovanile, a Padova al 23,2% nel 2016 (35,7 in Italia a settembre), e sui Neet che in Veneto sono circa 110mila pari al 15,6% dei ragazzi tra 15 e 29 anni, sono una ferita aperta. Da qui l'urgenza di intensificare la sinergia scuola-impresa per ridurre il mismatch tra formazione e nuove competenze. Padova è da anni un laboratorio del link tra questi mondi e la risposta dei ragazzi è entusiasmante”.

Le piccole e medie imprese padovane che hanno aperto le porte agli studenti sono state: Cartotecnica Postu di Brenta, Chimica di Cadoneghe, Ellemme di Villafranca Padovana, Fila Industria Chimica di San Martino di Lupari, FPT Industrie di Santa Maria di Sala, Hemina di Montagnana, Komatsu Italia Manufacturing di Este, IBM Italia di Padova, Idrobases Group di Borgoricco, Il Dominio di Bagnoli di So-

pra (azienda agricola), Inarca di Vigodarzere, Lundbeck Pharmaceuticals Italy di Padova, Malvestio di Villanova di Camposampiero, Meccanica Veneta di Rubano, MG Minigears di Padova, M.C.M. Costruzioni Meccaniche di Este, Nar di Legnaro, Nidek Technologies di Albignasego, ORV Manufacturing di Carmignano di Brenta, Parker Hannifin Manufacturing di S. Angelo di Piove, Pettenon Cosmetics di San Martino

di Lupari, Plastitex di Carmignano di Brenta, Plastotecnica di Bagnoli di Sopra, Siav di Rubano, Studioverde di Piove di Curtarolo, Tessari Energia di Padova, Valbona di Lozzo Atestino, Voestalpine Boehler Welding Fileur di Cittadella, Zapi di Conselve.

Undici gli Istituti scolastici: gli Istituti tecnici e professionali Bernardi, Calvi, Severi, Marconi di Padova, Girardi e Meucci di Cittadella, Euganeo di Este, Einstein di Piove di Sacco, gli IIS Atestino e Ferrari di Este, l'Istituto agrario Duca degli Abruzzi di Padova. Gli studenti dei corsi di laurea triennale in Chimica, Chimica industriale e Scienza dei materiali dell'Università di Padova, oltre alle visite in azienda, nel secondo semestre dell'anno accademico completeranno l'attività con seminari in aula organizzati dalla Sezione Chimici e Gomma plastica di Confindustria Padova.

## Industriadmoci, la Giornata nazionale promossa da Piccola Industria di Confindustria

## Giovani protagonisti dell'innovazione che stiamo vivendo

# PMI DAY TREVISO



C'è interesse nei giovani a conoscere le aziende, e le aziende aprono le porte. L'occasione è stato il Pmi day, appuntamento nazionale di Confindustria, quest'anno alla ottava edizione, per promuovere la conoscenza delle piccole e medie imprese, asse portante dell'economia trevigiana e italiana, con particolare attenzione al mondo della scuola.

Quest'anno si è raggiunto il record di allievi che, in contemporanea, la mattina di venerdì 17 novembre hanno visitato insieme ai loro insegnanti un'azienda in orario scolastico: ben 701. E record anche per il numero di aziende che hanno dato disponibilità ad ospitare le classi: sono state 27, in tutta la provincia. I numeri del 2016 erano stati, rispettivamente di 470 studenti e 19 imprese.

“La presenza dei giovani – dichiara Claudio De Nadai, Delegato di Unindustria Treviso alle Pmi – porta l'impresa a raccontarsi, a presentare il proprio lavoro e le proprie idee. C'è naturalmente un importante valore educativo per gli studenti, ma è altrettanto importante per l'azienda e l'imprenditore per dare valore anche comunicativo al suo impegno insieme ai collaboratori che lo affiancano. È un significativo punto di incontro che valorizza il nostro ruolo di rappresentanza delle piccole imprese”.

L'Area Scuola di Unindustria Treviso ha promosso e coordinato l'iniziativa. Le 27 imprese aderenti sono: Arti Grafiche Conegliano di Susegana, Biemmetti di Sernaglia della battaglia, Bluergo di Castelfranco Veneto, Colfert di Mogliano Veneto, Comacchio di Riese Pio X, Diemmebi di Vittorio Veneto, Dotto Trains di Castelfranco Veneto, F.A.R.T. di Preganziol, FMB di Cornuda, Galdi di Postioma di Paese, General Security Italia di Treviso, Henry Glass di Mansuè, Inglass di San Polo di Piave, Inoxking di Vazzola, Jekko di Godega di Sant'Urbano, LBA di Oderzo, Luca di San Zenone degli Ezzelini, Microtecnica Trevisana di San Biagio di Callalta, Nuova Industria Biscotti Crich di Zenson di Piave, Oasi.S. di Castelfranco Veneto, Oxin di Codognè, Perenzin Latte-

ria di San Pietro di Feletto, Sika di Dossone di Casier, Somec di San Vendemiano, Tecnostrutture di Noventa di Piave, Ugitech TFA di San Vendemiano e Villa Dr. Tomasi di Spresiano. Le scuole che hanno partecipato, qualcuna anche con più classi, sono state 10: Istituto Beltrame di Vittorio Veneto, Istituto Giorgi – Fermi di Treviso, Itis Barsanti di Castelfranco Veneto, Liceo Da Vinci di Treviso, Istituto Sansovino di Oderzo, Itis Ga-

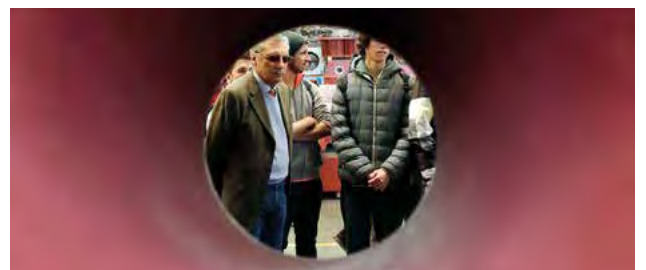
lilei e Ipsia Pittoni di Conegliano, Istituto Verdi di Valdobbiadene, Itis Vittorio Veneto, Itis Planck di Lancenigo, Istituto Fanno di Conegliano, Istituto Rosselli di Castelfranco Veneto, ISIS Besta di Treviso.

## La presenza dei giovani porta l'impresa a raccontarsi, a presentare il proprio lavoro e le proprie idee



**Aziende che hanno  
collaborato al PMI Day  
a Padova e a Treviso**  
Arti Grafiche Conegliano/  
General Security/  
Per 3/Somec/Inglass/  
Inoxking/Jekko/Oasis/  
Galdi/Fart/Sika/  
Comacchio/Biemmereti/  
Dotto/FMB/Crich/Siav/  
Inarca/MG Mini Gears/  
Bedeschi/Schuco/  
Ravagnan





# NUOVO ITS CREATORI DI APP

**AAA CERCASI  
CREATORI DI APP.  
A PADOVA UN  
CORSO BIENNALE  
PER FORMARLI**



AAA creatori di app cercasi. Una domanda in continua crescita, con fortissima richiesta di figure qualificate da parte delle aziende, che spesso non trovano i professionisti di cui hanno bisogno. Quella di progettisti di applicazioni mobile e web è una professione in netta controtendenza, con un'alta appetibilità sul mercato del lavoro e una bassa offerta. Tanto che il 32% delle imprese venete dichiara difficoltà a reperire personale qualificato, come evidenzia Unioncamere-Excelsior che alla voce "tecnici esperti in applicazioni" segnala 220 assunzioni previste in Veneto nel 2016, ma una su tre è di difficile reperimento. Per garantire alle imprese del territorio progettisti qualificati, ma anche offrire ai giovani neodiplomati l'oppor-

**Alta  
occupabilità:  
4 su 10  
trovano lavoro  
già a un mese  
dal diploma,  
9 entro  
un anno**

tunità di formarsi a una professione altamente ricercata, Confindustria Padova Servizi Innovativi e Tecnologici (SIT) e Niuko Innovation & Knowledge han-

no avviato da ottobre a Padova il corso biennale post diploma Tecnico superiore per applicazioni Mobile. Interfaccia utente, touch and voice, estensioni multicanale, mobile enterprise, servizi cloud.

Il corso è realizzato in collaborazione con l'Istituto Tecnico Superiore Kennedy di Pordenone, attivo dal 2011 nella formazio-

ne in ambito Ict. Uno degli obiettivi del percorso, che rappresenta un'alternativa a quello accademico tradizionale, è annullare la distanza tra scuola e aziende: obiettivo raggiunto, visto che il 92% degli studenti che escono dalla sede friulana dell'Its Kennedy trova lavo-

ro in ambito ICT entro un anno dal diploma, il 38% già entro un mese dal titolo di studio.

Il corso è biennale, con 2.000 ore di frequenza di cui 800 in stage, ed è aperto a diplomati e a disoccupati. Ad inaugurare il nuovo corso per creatori di app sono venti giovani, provenienti dal Veneto e da altre regioni, la maggior parte neo diplomati ad indirizzo informatico che per specializzarsi hanno anche rifiutato offerte di lavoro. Il titolo rilasciato al termine del biennio è riconosciuto in Italia e all'estero.

"Padova intende cavalcare la sfida della formazione nell'era digitale e far decollare il link tra scuola e impresa nei settori a più alto potenziale di occupazione per i giovani - dichiara Ruggero Targhetta, Presidente Confindustria Padova SIT -. Gli Its sono super istituti tecnici post-diploma partecipati dalle imprese, un modello che funziona e che Confindustria Padova ha contribuito ad avviare sul territorio con risultati molto positivi. Ora l'idea è rilanciare in ambito ICT, in particolare per lo sviluppo multiplatforma mobile e web, alla costante ricerca di figure tecniche specializzate. Facendo rete con l'Its Kennedy di Pordenone, creiamo il quarto Its padovano in una sede extrascolastica, quella di Niuko, ente di formazione di Confindustria Padova e Vicenza, per formare competenze subito spendibili in azienda".

"Il comparto dell'ICT presenta una carenza strutturale di personale qualificato - spiega Paola Gasparini, Presidente di Niuko -. L'obiettivo di questo Istituto Tecnico Superiore è proprio quello di offrire, con un approccio molto pragmatico, una formazione in linea con le esigenze delle imprese del nostro territorio. Offriamo un percorso formativo che affianca costantemente studio e pratica, con un percorso di stage altamente professionalizzante e un filo diretto con le imprese. Per questo, gli studenti hanno un'altissima probabilità di essere assunti".

# ANCHE QUESTA È ALTERNANZA

## CARTACARBONE PROGETTO SCUOLE



Si è conclusa il 15 ottobre, la quarta edizione del festival letterario CartaCarbone, Autobiografia e dintorni che ha visto, anche quest'anno, la città di Treviso riempirsi di pubblico numerosissimo agli incontri con autori, tavole rotonde, laboratori di scrittura, mostre, giochi letterari, concerti. Una vera festa per la città.

Il festival, promosso dall'Associazione Culturale Nina Vola con la direzione artistica di Bruna Graziani, ha voluto dedicare, fin dalla prima edizione, ampio spazio ai giovani delle scuole coinvolgendoli come volontari e come presentatori/lettori negli incontri con gli autori ma anche come protagonisti in eventi di CartaCarbone oltre il festival. Per la quarta edizione il dialogo con gli studenti e i docenti, che si fanno promotori di cultura e di cittadinanza attiva grazie alla capacità progettuale che ogni scuola realizza, ha dato esiti entusiasmanti confermando l'energia propositiva e la collaborazione con il territorio. Il festival ha visto inoltre per la prima volta gli studenti dei licei Da Vinci e Duca degli Abruzzi impegnati in un project work nell'ambito di Alternanza Scuola Lavoro grazie al quale hanno raccontato il festival dal loro punto di vista con interviste agli autori, video e foto, articoli che sono stati pubblicati nel blog creato appositamente per loro nel sito del festival.

È proprio la forza della progettualità che CartaCarbone ha voluto valorizzare dedicando alle scuole superiori della città l'intera giornata del 13 ottobre che ha visto coinvolte sette scuole con la preziosa collaborazione dell'Università Ca' Foscari Venezia (Settore Orientamento) e il Campus di Treviso. Presente anche la Casa Editrice Pearson Italia,

leader nel settore dell'editoria scolastica e nell'offerta progettuale per le scuole. Il mattino, presso l'Auditorium di Santa Croce, gli studenti dei licei Da Vinci, Canova, Galilei, Artistico e degli Istituti Mazzotti e Riccati, coordinati dai loro docenti, hanno presentato un progetto culturale caratterizzante realizzato dentro o fuori dall'aula, anche in esperienze di Alternanza Scuola Lavoro. I temi stessi dei progetti presentati ne hanno messo in luce l'impegno culturale, di cittadinanza e l'apertura al territorio.

Gli studenti del Da Vinci, con "Editori per una settimana", progetto editoriale realizzato con la Casa Editrice Pearson, hanno sviluppato competenze professionali trasversali per la valorizzazione e divulgazione di un'opera d'arte quale la Chiesa di S. Maurizio a Milano, considerata la cappella Sistina della Lombardia, progettando delle pagine di un testo di Storia dell'Arte e un video promozionale. Al mondo dell'arte si sono rivolti anche i progetti realizzati dal Liceo Galilei con la costruzione di un sito web e un catalogo con le opere più significative del '500 veneziano, e gli studenti del liceo artistico che, seguendo il restauro di una pala, hanno lavorato attorno al tema della conservazione, tutela e valorizzazione dell'opera pulendo reperti, raccontato e decodificato le forme. Gli studenti del Mazzotti hanno posto la loro attenzione con "Tutti per un libro un libro per tutti" al nuovo modo di rapportarsi, grazie alle tecnologie, al libro e alla lettura, integrando vecchi e nuovi mezzi per creare un approccio al testo più creativo e dinamico. Il liceo Duca degli Abruzzi e l'Istituto Riccati, rispettivamente con "Il sottile incanto dei tanka giapponesi", laboratorio di poesia breve, e "Voci di donna" sulla lirica amorosa, hanno dato voce alla necessità dei giovani di leggere e di esprimersi in versi. Coinvolgenti le letture delle liriche brevi prodotte dai ragazzi del Duca che hanno condiviso, oltre alla capacità di produzione originale, come si possa scrivere poesia anche attraverso messaggi whatsapp. Ha colpito la fine dicitura degli studenti del Mazzotti che hanno declamato poesie di Antonia Pozzi, Sibilla Aleramo, Alda Merini, introdotte da brevi cenni biografici, dimostrando di aver fatto propri quei versi. Attuale e occasione rara di riflessione il proget-

to proposto dagli studenti del Canova “Patria Patriae” che hanno voluto sottolineare, attraverso un excursus storico-culturale e realizzando una pagina facebook, il concetto di Patria oggi intesa come accogliente, allargata e inclusiva. Un esempio alto di cittadinanza consapevole. La mattinata si è conclusa con un dibattito, a cura degli studenti, sollecitato da domande di approfondimento e di apertura verso altri ambiti che i progetti presentati avevano stimolato. Il pomeriggio, ha visto nuovamente protagonisti gli studenti insieme a esponenti dell’Università, di realtà aziendali, istituzionali in una tavola rotonda dal titolo “Scuola, Università, mondo del lavoro: a cosa servono i progetti?” sul senso e sul valore che la progettualità delle scuole ha nella formazione delle giovani generazioni al mondo universitario e del lavoro. Erano presenti, oltre agli studenti rappresentanti delle scuole coinvolte, Francesca Rohr (Università Ca’ Foscari), Anna Caterina Cabino (Comune di Treviso), Nicoletta Riccamboni (Unindustria Treviso) Alberto Trentin (Associazione Nina Vola) Marco Garena ( Pearson Italia). La tavola rotonda è stata coordinata da Paola Bellin, referente Carta Carbone scuole. La discussione ha messo in luce i punti di forza dei progetti, con attenzione alla realtà dell’Alternanza Scuola Lavoro, ma anche le criticità individuate nella necessità che tali esperienze nel mondo del lavoro siano accompagnate da una formazione dello studente al ruolo che andrà a svolgere e alle dinamiche strutturali dell’azienda o della realtà lavorativa in cui verrà accolto. Potrà in questo modo sentirsi parte attiva e incentivato ad essere propositivo nel portare nuove idee e spunti operativi. L’esperienza di Alternanza Scuola Lavoro, come necessita di una formazione, deve anche lasciare allo studente la consapevolezza di aver acquisito competenze trasversali che può utilizzare in vari ambiti e di aver messo a frutto quelle già acquisite negli studi in corso. Dalle testimonianze dei ragazzi resta la fondamentale importanza che

## Le scuole impegnate in un project work nell’ambito di Alternanza Scuola Lavoro

queste esperienze hanno sulla loro crescita e sulla consapevolezza di ciò che vorranno fare dopo la scuola. La funzione anche orientativa è riconosciuta da tutti.

A conclusione della giornata, lo staff Orientamento di Ca’ Foscari (Oriana Gallone) e Campus Treviso (Marco Parussolo) ha presentato l’Ateneo, i progetti, l’offerta formativa. Il prof. Alberto Zava ha tenuto una lezione tipo su Guido Piovene. Si sono viste dunque con-

fermate l’attenzione e la sensibilità dei giovani verso la cultura, le loro competenze acquisite grazie anche queste esperienze, ma soprattutto il desiderio di impegnarsi attivamente e di veder riconosciuto il loro contributo.

Il festival è stato occasione ulteriore per far conoscere il lavoro altamente formativo che la scuola fa, oltre l’aula.

*Paola Bellin*

*Referente CartaCarbone Scuole*



**TER-  
RITO-  
RIO**

**TERRITORIO  
NEWS**

**DIGITALMEET  
2017**

**PADOVAFIERE**

**PADO-  
VA/  
TRE-  
VI-  
SO**

**5/**

## T2i

Giorgio Zanchetta è il nuovo Presidente di t2i trasferimento tecnologico e innovazione, società consortile per l'innovazione delle Camere di Commercio di Treviso-Belluno, Verona e Venezia Rovigo Delta-Lagunare. Insieme al Presidente è stato nominato anche il nuovo Consiglio di Amministrazione della società che rimarrà in carica fino al 2020. L'Ingegnere Giorgio Zanchetta, 59 anni, è Presidente di Anodica Trevigiana S.p.A., azienda leader in Europa nella progettazione e produzione di componenti estetici per elettrodomestici, e vanta una lunga esperienza nel campo dell'innovazione, delle reti d'impresa e del mondo confindustriale trevigiano: in Anodica ha ricoperto il ruolo di primo responsabile R&S dell'azienda, sviluppando l'innovativa tecnologia di anodizzazione antibatterica brevettata Hygenox. Attualmente è Presidente di NAT, la rete d'impresе trevigiane del settore automotive, ed è membro fondatore del board della joint venture Aluemotion. Nel quadriennio 2010-2014 è stato Vicepresidente di Unindustria Treviso con delega alle Relazioni Sindacali e agli Affari Sociali e, nello stesso periodo, ha guidato il Gruppo Metalmeccanico dell'Associazione.

Insieme al Presidente Giorgio Zanchetta che subentra a Vendemiano Sartor, dal 2011 Presidente di Treviso Tecnologia divenuta poi t2i, il nuovo Consiglio di Amministrazione di t2i è composto da Antonio Padoan, imprenditore artigiano del settore arredamento tecnico, già Presidente Giovani di Confartigianato Marca Trevigiana, Francesca Mureri, funzionaria di Confcommercio - Unascom Treviso area Sindacale, Alberto Tosi, imprenditore nel settore costruzioni e già Presidente Api Verona ed Emanuela Paganini, imprenditrice rodigina dei un'azienda del settore metalmeccanico. Roberto Santolamazza è stato confermato Direttore Generale della società.

t2i trasferimento tecnologico e innovazione è la società nata nel 2014 dall'integrazione di Treviso Tecnologia e Polesine Innovazione. Con l'ingresso di Verona Innovazione nel 2016, t2i è di fatto la più grande agenzia per l'innovazione su scala regionale, partecipata da più enti camerali a rappresentare ben 5 su 7 territori provinciali nella compagine societaria.

Con 5 sedi nelle province di Treviso, Verona e Rovigo, e 60 tra dipendenti e collaboratori, t2i ha chiuso il 2016 con un fatturato di 4,9 milioni di euro. Nel 2016 t2i ha incontrato oltre 500 aziende per progetti di innovazione e ricerca, supportato 10 milioni di euro di investimenti grazie a progetti europei, avviato con aziende del territorio 3 nuovi progetti europei con un budget di 5 milioni di euro ed erogato più di 3600 ore di formazione. Nel 2016, inoltre, l'incubatore di t2i situato presso la sede di Rovigo ha ottenuto dal Mise il riconoscimento di Incubatore Certificato e oggi ospita 15 start up innovative. Ad inizio 2017, nell'ambito del progetto europeo I4MS, t2i è diventato il primo Digital Innovation Hub del Triveneto riconosciuto dall'Unione Europea.

[www.t2i.it](http://www.t2i.it)



↑  
[Giorgio Zanchetta](#)

## BCC PREALPI

L'assemblea dei soci del 28 maggio ha approvato il bilancio 2016 di BCC Prealpi di Tarzo. L'anno si è chiuso con un utile netto di 8,6 milioni di euro, quasi il doppio di quello approvato nel 2015. Il patrimonio di vigilanza sfiora i 235 milioni di euro, con un CET 1 (indice di solidità patrimoniale di un istituto di credito) del 17,42%.

Numeri importanti, soprattutto se considerati nel contesto di una congiuntura non facile per l'intero sistema bancario nazionale, in un anno tra l'altro caratterizzato dalla visita ispettiva di Banca d'Italia (che ha ampiamente promosso l'istituto di credito cooperativo di Tarzo) e dalla incorporazione di Banca Atestina con le necessarie attività di integrazione operativa.

“Sono risultati positivi che si associano a percorsi di rinnovamento estremamente significativi intrapresi negli ultimi anni – ha commentato il Presidente Carlo Antiga – oggi Banca Prealpi è un'azienda profondamente trasformata rispetto a quella di meno di un decennio fa. È una delle principali realtà del credito cooperativo a livello nazionale, che ha accresciuto gli standard operativi, adeguando le proprie logiche organizzative e di gestione”.

A conferma del buon operato della banca anche l'ordinaria visita ispettiva della Banca d'Italia, iniziata a metà novembre 2016 e terminata lo scorso gennaio. “Le espressioni favorevoli rispetto ai profili tecnici e al posizionamento di mercato della nostra banca confortano gli orientamenti seguiti nelle strategie intraprese e nella gestione aziendale”, ha detto il Direttore, Girolamo Da Dalto. Sostanzialmente, chiudere la gestione dell'annata 2016 in maniera così positiva, dopo l'impegnativo controllo effettuato dall'organo di vigilanza di settore, è un caso più unico che raro. Visita che ha offerto anche una rinnovata motivazione alla dirigenza della banca di Tarzo nel continuare a svolgere il ruolo di banca locale, promotrice dello sviluppo della piccola e media imprenditoria e interlocutrice delle esigenze delle famiglie e delle comunità del territorio, non escludendo ulteriori passi in direzione di possibili future aggregazioni”. L'assemblea generale dei soci ha eletto nel Consiglio di Amministrazione Carlo Antiga, Flavio Salvador, Gianpaolo De Luca, Paolo Introvigne, Ennio Gal-

lon, Mauro De Lorenzi, Aristide Zilio, Fausto Zanette, Celeste Granziera, Leonardo Massaro e Nicola Sergio Stefani. Il giorno successivo il CdA ha confermato gli incarichi del precedente triennio: Carlo Antiga è stato nominato, nuovamente, Presidente, Flavio Salvador Vicepresidente vicario e Gianpaolo De Luca Vicepresidente ordinario. Come da votazioni dell'Assemblea, il Collegio sindacale è invece composto da Francesca Burubù, Angelo Moschetta e Remo Spagnol. Presidente è stato eletto Remo Spagnol. Sindaci supplenti sono Michele Dei Tos e Francesco Dam.

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



↑  
Carlo Antiga

## BACINO PRIULA CONTARINA

Anche quest'anno i Comuni serviti da Contarina vengono riconosciuti i migliori nella gestione dei rifiuti, conquistando il primo posto al concorso nazionale “Comuni Ricicloni 2017”.

Il 22 giugno, si sono svolte a Roma le premiazioni che hanno visto protagonista, per il secondo anno consecutivo, Castelcucco: primo tra i Comuni sotto i 10.000 abitanti della regione Veneto con il 91,8% di raccolta differenziata e una produzione di secco residuo davvero bassissima, pari a 28,1 kg/abitante nel 2016. Anche nella classifica dei Comuni sopra i 10.000 abitanti sale nel gradino più alto del podio un Comune servito da Contarina, Riese Pio X: qui la differenziata ha raggiunto l'88,4% e il secco residuo si ferma a solo 30,8 kg/abitante. Inoltre, nella classifica generale del Veneto, fra i primi 20 Comuni 16 sono serviti da Contarina.

Treviso anche quest'anno è un Comune Riciclone, confermando di essere ai vertici nazionali per i risultati ottenuti nella raccolta differenziata, che si attesta all'85,3%, un dato che nessun altro capoluogo di provincia ha raggiunto con una produzione di secco residuo pari a 64,4 kg/abitante registrata nel 2016.

Ottimi risultati confermati anche dalla speciale classifica riservata ai consorzi, guidata dal Consiglio di bacino Priula che conferma il primo posto nella categoria sopra i 100mila abitanti.

Un vero e proprio successo, che dimostra l'efficacia del modello di gestione dei rifiuti applicato da Contarina nel territorio, nonostante i criteri di valutazione del concorso siano sempre più stringenti. Per essere certificati come “ricicloni”, i Comuni devono superare la soglia del 65% di raccolta differenziata e ridurre la produzione di secco residuo, mantenendola sotto i 75 kg/ab all'anno.

Con questi parametri, in Italia i Comuni certificati come Ricicloni sono 486 su 8.055 Comuni presenti in tutta Italia, solo il 6%. In Veneto, invece, il dato è completamente ribaltato e la percentuale sale al 29,2%; i Comuni Ricicloni e rifiuti free sono 169 su 579. L'edizione 2017 dei “Comuni Ricicloni” ha assegnato un premio speciale anche a Contarina e gli Alpini per gli ottimi risultati raggiunti nella gestione dei rifiuti prodotti durante la 90ª Adunata, l'adunata dei record non solo per le 650mila

presenze mai registrate finora, ma anche per il 67% di raccolta differenziata, il miglior dato registrato finora.

Franco Zanata, Presidente di Contarina, commenta soddisfatto: “I risultati che emergono da questa edizione dei Comuni Ricicloni sono innegabili e dimostrano come il sistema di gestione dei rifiuti applicato da Contarina sia valido ed efficiente”.

“Questo è un riconoscimento prestigioso e importante, un’ulteriore testimonianza del valore e dell’efficacia del lavoro svolto e del costante impegno di cittadini e Amministrazioni nella tutela ambientale” – conclude il Presidente del Consiglio di Bacino Priula Giuliano Pavanetto.

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

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

## H-FARM

A livello globale, le aziende investono ogni anno oltre \$900 miliardi nel campo dell’industria 4.0. Per questo motivo, in collaborazione con Cisco, H-Farm S.p.A di Ca’ Tron di Roncade ha selezionato 5 startup che possano sviluppare progetti innovativi negli ambiti chiave dell’Industry 4.0 per aiutare le imprese ad aumentare l’efficienza dei processi e al contempo a ridurre i costi. Il supporto di Zoppas Industries, Came e Cloudditalia si concretizza durante i quattro mesi del percorso di accelerazione attraverso sessioni di consulenza e attività specifiche per ogni startup, valutando anche possibili accordi di business development e investimenti. Inoltre, grazie alla partnership con Cisco, i team possono contare su un costante supporto tecnologico e soluzioni innovative, tra cui la piattaforma DevNet.

Sono arrivate più di 200 candidature da 22 Paesi, ma dei team selezionati quattro sono italiani (e uno svizzero), a testimonianza della forte influenza che la tradizione manifatturiera italiana esercita anche sulle nuove generazioni che maggiormente percepiscono l’urgenza dell’evoluzione. Nel 2016 è emerso che le aziende italiane riconoscono di avere già iniziato il processo di digitalizzazione. Grazie a questo percorso, nei prossimi 5 anni, si stima una crescita del fatturato oltre il 10%, un forte aumento dell’efficienza dei processi (4,1% medio per anno) che porta ad una significativa diminuzione dei costi operativi, 3,6% medio per anno (dati PwC – 2016 Global Industry 4.0 Survey).

Le startup selezionate sono: EcoSteer che ha sviluppato due componenti chiave per il successo di progetti IoT collaborativi su scala industriale, EcoFeeder, un IoT gateway intelligente e sicuro per raccogliere dati e inviarli in un flusso continuo al cloud, ed EcoAggregator, uno strumento che aggrega in memoria i flussi di dati provenienti dalle “cose” per semplificarne l’analisi. GenLots è poi una piattaforma che applica il machine learning alla supply chain, permettendo di sbloccare opportunità di risparmio altrimenti non sfruttabili. Holsys invece ha sviluppato olOne, un software di intelligenza artificiale in grado di interpretare in tempo reale i flussi di dati provenienti dai sensori, permettendo applicazioni quali la ma-

nutenzione predittiva. Infine TechMass che ha ideato una piattaforma digitale per accompagnare le aziende verso la manifattura lean e incrementare la produttività. ThinkIN, una soluzione per digitalizzare e monitorare in tempo reale i processi produttivi.

[www.h-farm.com](http://www.h-farm.com)



## PREMIO VINCENZONI

Cresce anno dopo anno il successo del Premio Luciano Vincenzoni giunto alla terza edizione. Il 28 ottobre, nell'auditorium Santa Caterina la giuria presieduta dallo sceneggiatore Enrico Vanzina ha premiato i due giovani vincitori del concorso dedicato agli aspiranti saggettisti Under 35: il ventitreenne Giulio Rizzo ha trionfato nella sezione generale a tema libero con il soggetto "13 barato" mentre il veneziano Gianni Pigato si è imposto nella categoria Una storia veneta" con un soggetto intitolato "La serenissima rivolta".

Sono stati 107 i soggetti giunti per partecipare alla terza edizione del concorso intitolato alla figura del celebre sceneggiatore trevigiano Luciano Vincenzoni. Dei soggetti pervenuti, 15 hanno partecipato alla sezione dedicata ad "una storia veneta" e 92 alla sezione generale. Numeri importanti che segnano un significativo aumento nel numero dei partecipanti provenienti da tutta Italia e che nelle prime edizioni si erano attestati attorno ai 60.

"Il premio Vincenzoni si dimostra una grande occasione sia per onorare il ricordo del grande sceneggiatore, sia per far emergere le intelligenze giovani che si occupano di cinema - ha dichiarato l'Assessore ai beni culturali Luciano Franchin - Rispetto all'anno scorso il numero di partecipanti è pressoché raddoppiato, il che dimostra un grande interesse, che ci rende orgogliosi, rispetto a questo nuovo concorso".

La giuria è stata presieduta da Enrico Vanzina, e composta da Francesco Massaro, Chiara Andrich, Francesco Targhetta, Lorenzo Reggiani, Maria Teresa De Gregorio, Ettore Canniello, Nicola De Cilia.

Il concorso è stato organizzato dall'Assessorato alla Cultura del Comune di Treviso con il supporto di Treviso Film Commission e di Cineforum Labirinto. Da quest'anno il concorso ha anche il sostegno della famiglia Amadio, che per molti anni ha contribuito alla diffusione della cultura cinematografica in città, e della Regione Veneto. L'Amministrazione di Treviso, nel quadro dello sviluppo dell'iniziativa, ha anche avviato rapporti con l'Università di Padova per una stretta collaborazione con il master in sceneggiatura intitolato a Carlo Mazzacurati e diretto della Professoressa Farah Polato. Scopo del concorso è di

valorizzare l'impegno dei giovani che intendono entrare nel mondo del cinema attraverso lo strumento della scrittura. Inoltre, è desiderio dell'Amministrazione ricordare la figura di un illustre concittadino e che tanto ha dato al mondo del cinema italiano. Come nelle passate edizioni, il Concorso Luciano Vincenzoni è stato presentato a Venezia, il 5 settembre, nel corso della Mostra del cinema, nel quadro delle iniziative promosse dalla Regione Veneto.

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

## CONEGLIANO VALDOBBIADENE

Nuova tappa per ProseccoShire Terre di Prosecco Conegliano Valdobbiadene, percorso sensoriale fatto di immagini e profumi, dedicato al paesaggio del Conegliano Valdobbiadene Prosecco Superiore candidato a diventare Patrimonio dell'Umanità. Dopo location di pregio quali Palazzo Sarcinelli a Conegliano, Villa Brandolini a Pieve di Soligo, Villa dei Cedri e Valdobbiadene, il tempio del Torchiato a Fregona, per la prima volta approda con una sua anteprima a Treviso, a Palazzo Giacomelli - Spazio Unindustria.

34 riproduzioni di grande formato (per lo più 2x2 e 3x2 metri) degli scatti del fotografo paesaggista Francesco Galifi, 4 essenze profumate frutto delle analisi ed indicazioni raccolte da Euroisa (l'Istituto Europeo di Analisi Sensoriale promosso da Unis&F Treviso Pordenone, il primo del sistema confindustriale) e dello studio dei terroir dove si pratica la viticoltura del Prosecco Superiore (ispirate a diversi momenti temporali del giorno - mattino, sera - e dell'anno - primavera/estate, autunno/inverno) che hanno visto la collaborazione stretta del profumiere Roberto Dario e dell'enologo Emanuele Serafin, 4 composizioni musicali contemporanee e moderne appositamente selezionate al termine di una lunga ricerca musicologica curata dal maestro di chitarra classica Anna Carlet, 4 laboratori tattili per una immersione pragmatica nel paesaggio ricercati e prodotti dalla Associazione la Mucca Gialla e infine 4 eventi legati al gusto, dalle dediche al paesaggio alle ricerche culinarie ispirate al tema "il paesaggio nel piatto", dagli aperitivi (e apericena) alle degustazioni sensoriali, con la supervisione della Unpli Treviso Primavera del Prosecco Superiore.

Questo itinerario, progettato e curato nell'allestimento dagli architetti Sara D'Altoè e Gianpaolo Bortolin, consente al visitatore della mostra (turista, persona del luogo, studente, italiano o straniero, ecc.) di immergersi nella dimensione del paesaggio, con il quale riprendere confidenza e abitudine grazie anche ad una apertura che il visitatore stesso è poi portato a ritrovare quando andrà ad esplorare di persona il paesaggio reale. Dentro le immagini, dentro i profumi, rivivendo il ciclo naturale del giorno e della notte, delle



quattro stagioni, della pioggia e del sole, il visitatore è chiamato a confrontarsi con il paesaggio, quello atavico, desiderato o immaginato, e quello reale, con il quale entreranno pienamente in relazione solamente uscendo all'esterno. E da fuori il visitatore sarà chiamato ad interagire con la mostra all'interno del palazzo attraverso una serie di iniziative ma soprattutto dialogando sulle piattaforme social network (Facebook, Twitter, Instagram, Pinterest) e raccontando la propria visione di questo paesaggio. Questo percorso dal 2015, anno del suo avvio, ha coinvolto già 5 Comuni, 9 istituzioni ed associazioni di vario ordine e grado, 8 istituti di scuole superiori per l'alternanza scuola lavoro ed oltre 120 studenti, 17 aziende sostenitrici, 8 aziende partner ed ha visto la partecipazione libera di oltre 12mila 500 persone tra studenti, locali e turisti, ed organizzata attraverso i laboratori di circa 1.100 studenti (elementari, medie e superiori). È evento ufficiale di Conegliano Valdobbiadene città europea del vino 2016 verso l'Unesco.

Il contenuto della mostra ripercorre da un lato un itinerario della bellezza sulle colline del Prosecco Superiore, dall'altro un viaggio interiore che stimola emozioni nel visitatore. "Attraverso immagini e profumi riviviamo nel trascorrere semplice del tempo la dialettica uomo natura, che ha prodotto un paesaggio culturale così interessante, di valore e soprattutto di grande bellezza – spiega Marco Ceotto, che ha curato il concept del progetto e che lo ha portato avanti attraverso l'Osservatorio per il paesaggio dell'Alta marca trevigiana -. Il percorso ricreato all'interno delle sale stimola l'attenzione e l'osservazione del visitatore, spinto a cercare all'esterno i riferimenti così fortemente espressi all'interno della mostra. Un mix che alimenta quella consapevolezza di vivere davvero in un territorio che merita il titolo di patrimonio Unesco".

La road map tour di ProseccoShire tocca Treviso con l'anteprima del grande evento inaugurato il 1 dicembre a Palazzo Todesco a Serravalle di Vittorio Veneto. Un evento che arriva nell'anno della candidatura nazionale a Patrimonio Unesco delle colline di Conegliano Valdobbiadene da parte del Governo italiano. Un percorso avviato nel 2008; il primo traguardo è stato raggiunto nel 2010 con il suo inserimento nella Ten-

tative List Italiana. Due anni fa circa lo stesso territorio venne iscritto nel Registro Nazionale dei Paesaggi Rurali tradizionali. A gennaio 2017 è arrivata l'ufficialità della candidatura da parte della Commissione Italiana. A luglio 2018 si saprà se le Colline del Prosecco Superiore saranno inserite nella lista dei luoghi Patrimonio dell'Umanità.

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

## CENTROMARCA BANCA

Nasce ufficialmente la nuova superbcc trevigian-veneziana: dal primo ottobre è diventata operativa a tutti gli effetti l'aggregazione tra CentroMarca Banca di Treviso e Banca Santo Stefano di Martellago. L'atto di fusione è stato firmato dai rispettivi Presidenti, Tiziano Cenedese e Marco Michieletto, davanti al notaio Antonio D'Urso.

Si completa così l'iter tecnico-burocratico, dopo che nello scorso luglio le assemblee dei soci dei due istituti avevano dato il via libera all'operazione: il nuovo soggetto si chiamerà CentroMarca Banca Credito Cooperativo di Treviso e Venezia – società cooperativa per azioni e avrà sede a Treviso, nel Centro direzionale di via Selvatico.

Confermato a nove il numero dei membri del Cda, dopo l'uscita di Renato Pavanetto ed Emanuele Zanatta, ex consiglieri di Cmb, in rappresentanza di Santo Stefano (incorporata dalla consorella trevigiana) sono stati nominati lo stesso Michieletto e Marcella Lucchetta. Il Collegio Sindacale vedrà l'ingresso di Paolo Parolin, che sostituirà nell'incarico Giovanni Munarin. Le nomine avranno effetto dalla data di decorrenza giuridica della fusione fissata, all'inizio di novembre.

Il nuovo polo bancario risultante dalla aggregazione rappresenta una delle prime quattro realtà del credito cooperativo veneto per masse amministrate, oltre che un riferimento per il gruppo bancario nazionale Iccrea nel Nordest: potrà vantare, infatti, oltre 8.600 soci, 70mila clienti, 37 filiali, insediate in 26 comuni nelle province di Treviso, Venezia e Padova, per un totale di 65 comuni di competenza. Gli organici delle due banche originari non sono stati toccati, per un personale complessivo di 350 dipendenti. Il "portafoglio" conterà 2,1 miliardi di euro di raccolta e 1,4 miliardi di impieghi verso famiglie e imprese.

"Quello di oggi è un altro momento importante per la nostra realtà bancaria – ha commentato la firma Tiziano Cenedese, Presidente di CentroMarca -. Continuiamo nel percorso di crescita che ci ha portato ad essere un credito cooperativo di riferimento per il territorio. Con l'atto di fusione, ufficialmente Cmb raddoppia la sua presenza in Veneto. Vogliamo rimanere ben ancorati a quei principi di mutualismo e solidarietà, che hanno contraddistinto

il nostro operato fino a oggi nella provincia di Treviso e continuare sulla strada della sana e prudente gestione anche nella nuova provincia di competenza, Venezia”.

E il Direttore generale Claudio Alessandrini ha aggiunto: “Il punto di forza di questa nuova azienda è l’attenzione continua alla crescita delle persone, dei nostri collaboratori, il vero patrimonio di questa banca. Crediamo nella formazione, come investimento e scelta strategica, per garantire competenza e competitività non solo nel breve, ma anche nel medio e lungo termine. L’unione delle competenze e professionalità presenti nelle due bcc, creano valore aggiunto e contribuiscono ad incrementare l’efficienza economica di questa nuova realtà bancaria, al servizio di imprese e famiglie distribuite nei 65 Comuni di competenza”.

[www.centromarcabanca.org](http://www.centromarcabanca.org)



## TREVISO COMIC BOOK FESTIVAL

La pioggia non ha fermato gli appassionati di fumetto e illustrazione che hanno riempito le sedi del Treviso Comic Book Festival per l’ultima giornata della 14esima edizione dedicata al fumetto. Una edizione in crescita, non solo per numero di presenze, ma per qualità nell’offerta, fidelizzazione del pubblico, numero di editori e ospiti presenti e importanza tra le mostre di settore.

“Nelle sedi allestite per le mostre si stima siano passate tra le 36 e le 38mila persone” – hanno detto durante la conferenza stampa di chiusura Alberto Polita e Nicola Ferrarese, direttori della manifestazione. “In termini numerici ci siamo assestati sui numeri dello scorso anno ma siamo cresciuti in tutti gli altri ambiti, quelli che ad oggi, ci interessano di più. Ovvero qualità degli allestimenti, qualità nell’offerta culturale, nella presenza di editori, autori, autoproduzioni”.

Le autoproduzioni presenti sono quasi raddoppiate contando 120 presenze, contro le 70 del 2016; oltre 200 autori invitati, 25 case editrici presenti (erano 18 nel 2016), triplicati i workshop e riempiti nuovi spazi della città con allestimenti che non hanno ormai nulla da invidiare a quelli di esposizioni più blasonate. Nei due giorni di mostra mercato quasi 8.000 libri a fumetti venduti, il +25% rispetto allo scorso anno. In crescita anche le presenze turistiche: oltre 450 solo quelle a carico dell’organizzazione con alberghi e bed&breakfast della cintura urbana esauriti nel fine settimana del Tcbf. Importante anche il numero dei 120 i volontari, provenienti persino da Bari e da Londra: “Senza il loro preziosissimo aiuto – sottolineano gli organizzatori – tutto ciò non sarebbe possibile”.

Le mostre: oltre 1.200 presenze in soli due giorni agli Spazi Bonben di Fondazione Benetton per la mostra dedicata a Andy Rementer, record assoluto, 2 ore di coda per la personale dell’artista Luigi Serafini a Ca’ dei Ricchi, una media di 500 visitatori a inaugurazione con picchi assoluti come a Palazzo Giacomelli – Spazio Unindustria Treviso per Giorgio Cavazzano. Successo anche per i social, “indispensabili per la promozione del festival”, sottolinea Polita, che nella settimana del festival hanno visto crescere in maniera esponenziale “like” e visualizzazioni.

“Il Tcbf è come un diamante, che va lucidato sempre poter risplendere sempre di più. Noi siamo già al lavoro sulle prossime due edizioni – spiegano gli organizzatori – e lanciamo un appello all’amministrazione ma anche ai privati per segnalare luoghi pregiati della città da riempire con i fumetti”. Infine un desiderio: “Ci piacerebbe molto che il Treviso Comic Book avesse una propria sede organizzativa stabile, dove poter lavorare alle future edizioni”.

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



## ASSOCIAZIONE SPORTSYSTEM

Con l'assemblea del 25 Settembre, il Consiglio Direttivo dell'Associazione dello Sportsystem e imprenditoria del montebellunese e asolano, ha nominato il nuovo Consiglio Direttivo ed il nuovo Presidente della Fondazione museo dello scarpone e della calzatura sportiva.

Il nuovo Direttivo è composto da Pier Angelo Bressan (Garmont S.p.A.), Alberto Zanatta (Tecnica S.p.A.) e Patrizio Bof (InfiniteArea), già Presidente dell'Associazione ed ora anche Presidente della Fondazione. Il nuovo consiglio rimarrà in carica per i prossimi cinque anni.

Il nuovo Presidente, ha voluto ringraziare tutti i membri del direttivo del precedente mandato, rappresentati da Alberto Zanatta (Tecnica Spa), da Luciano Grando (Styl Grand S.r.l.) e dal Presidente Antonio Lauro (Tecnica S.p.A.), che ha dedicato, con dedizione e fortissimo senso di appartenenza, i cinque anni passati al Distretto che ad oggi sta fornendo i primi segnali positivi di crescita. Oltre a tale traguardo si ricorda inoltre la definizione dell'importante accordo pubblico/privato con il museo civico e IPA. Complessivamente, questi risultati hanno completato un percorso che all'inizio del suo mandato sembravano tutt'altro che scontati. Ora il nuovo Direttivo ha il compito, insieme all'Associazione, di ricostruire e reinventare il futuro di questo distretto, prendendo un testimone tutt'altro che semplice, ma senza dubbio ricco di stimoli e di nuove sfide. Avere nella stessa regione un evento mondiale come "Cortina 2021", rappresenta non solo una meta del nuovo Consiglio, ma una ulteriore motivazione, per tutto il comparto, di ripensare e riprogettare tutti insieme, ed in particolare con i giovani, il destino di un territorio che tanto ha dato in passato e molto altro ha da dare.

Il nuovo Presidente ha inoltre affermato che "È un momento particolare per tutti noi, è il momento in cui tutti gli operatori industriali ed economici ritrovino nella Fondazione ed Associazione, ed in quello che rappresentano, il fulcro di questa nuova rinascita. Invitiamo in questo particolare momento a contattare la Fondazione per nuove idee e proposte, nonché per supportare l'Associazione e la Fondazione anche con il proprio semplice appoggio".

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

## ASSICURAZIONI GENERALI

Intelligenza artificiale, canali di interazione innovativi, device evoluti di connettività, digitalizzazione dei processi, Big Data e nuove modalità di lavoro per offrire a clienti e agenti la migliore esperienza sul mercato assicurativo. È in questa cornice tra spazio fisico e digitale, nel cuore della sede di Mogliano Veneto, che nasce l'Innovation Park di Generali Italia inaugurato il 10 ottobre. L'innovation Park è uno spazio di oltre 5.000 mq con 6 casette tematiche dove si testano sul campo, in modalità start up, i nuovi prototipi e le nuove tecnologie digitali (device e software) per lo sviluppo di nuove soluzioni assicurative. Qui si ridisegnano tutte le fasi del business assicurativo, dalla progettazione delle nuove polizze, ai servizi, ai nuovi spazi delle Agenzie e alle modalità di relazione con i clienti.

Marco Sesana, Country Manager e Amministratore Delegato di Generali Italia, ha dichiarato: "Semplificare e Innovare sono i driver della nostra strategia per continuare ad essere leader di mercato e offrire ai nostri clienti e agenti la migliore esperienza assicurativa. Per noi innovare ha un chiaro significato: sviluppare nuove tecnologie digitali, introdurre nuovi modi di lavorare, essere aperti all'esterno e coinvolgere le nostre persone. Nel 2016 abbiamo avviato il programma di semplificazione, un investimento di 150 milioni di euro e un coinvolgimento di oltre 500 persone in tre anni per ridisegnare i processi chiave. Oggi siamo a metà del programma di semplificazione e pronti ad accelerare su Innovazione".

L'Innovation Park è stato inaugurato alla presenza di: Luca Zaia, Presidente della Regione Veneto, Bruno Busacca, Capo segreteria tecnica del Ministro del Lavoro Giuliano Poletti, Carola Arena, Sindaco di Mogliano Veneto, e Laura Lega Prefetto di Treviso. Il 24 ottobre si è tenuta la visita del Presidente del Consiglio Paolo Gentiloni alla sede Generali di Mogliano Veneto. Al suo arrivo il Premier è stato accolto dal Presidente di Assicurazioni Generali, Gabriele Galateri di Genola, dal Group Ceo Philippe Donnet e dal Country Manager e Amministratore Delegato di Generali Italia, Marco Sesana. La visita è stata l'occasione per il Primo Ministro di salutare e incontrare oltre 600 dipendenti della Compagnia e vi-

sitare l'Innovation Park: il nuovo centro dell'innovazione, uno spazio fisico e digitale di 5000 mq, per dare spazio a intelligenza artificiale, canali di interazione innovativi, device evoluti di connettività, digitalizzazione dei processi, Big Data e a nuove modalità di lavoro. Il Group Ceo Philippe Donnet ha presentato l'iniziativa globale The Human Safety Net per supportare le comunità più vulnerabili e il progetto di restauro delle Procuratie Vecchie di Venezia. Gli edifici della sede storica di Generali a Venezia saranno infatti restaurate dal noto architetto David Chipperfield, per diventare la casa di The Human Safety Net aperta anche al pubblico: un movimento globale che unisce le comunità di tutto il mondo attraverso una rete di 'persone che aiutano altre persone'.

L'Innovation Park ospita 6 casette, spazi non convenzionali, per Condividere, Conoscere, Semplificare. I 2 G-Innovation lab, sono le due casette dove verranno testati i nuovi "prototipi" e investigate le potenzialità delle nuove tecnologie per lo sviluppo dell'offerta e servizi assicurativi: Intelligenza artificiale, nuovi canali di interazione come chatbot, device evoluti di connettività, realtà virtuale. Il Simplification lab dove si lavorerà, nell'ambito del programma di semplificazione, per definire e gestire la migliore customer experience e customer journey. Lo spazio ospiterà anche focus group e workshop con clienti e agenti. Il G-Hall: l'Agenzia del futuro è lo spazio, dove assieme agli agenti, si definirà l'evoluzione degli spazi d'agenzia, dei supporti e delle soluzioni dedicate alla comunicazione dell'offerta e alla relazione con il cliente.

L'Innovation park si completa con due spazi dedicati ai 15mila dipendenti e collaboratori. Energy lab, la casetta del welfare aziendale, è lo spazio dedicato alla salute e al benessere dove ciascuno potrà monitorare il proprio stato di salute, attraverso visite specialistiche e attività sportive - Generali Italia è tra le prime società in Italia ad introdurre nei piani Welfare aziendale un programma dedicato all'energia - e il Pop-up Store, un temporary shop dedicato ai dipendenti.

L'innovazione per Generali Italia diventa un nuovo attributo della cultura aziendale. Con l'avvio del Programma di Semplificazione, è stato introdotto un nuovo modo di lavorare all'interno dell'a-

zienda, più veloce ed efficace: gruppi di lavoro composti da 15-20 persone provenienti da diverse funzioni aziendali, in 20 settimane, riprogettano da zero i processi, con il coinvolgimento attivo di clienti e agenti, attraverso focus group, test e simulazioni. Format come Hackathon, Call4ideas e Tam Tam Talks, sono promossi per coinvolgere i dipendenti sulla strategia della Compagnia e diffondere la cultura dell'innovazione. Generali Italia, inoltre, è costantemente impegnata nella ricerca e promozione di talenti e start up in grado, appunto, di rispondere alle nuove sfide di business del settore assicurativo attraverso idee innovative e soluzioni tecnologiche all'avanguardia.

Generali Italia, compagnia assicurativa del Gruppo Generali, è leader di mercato con la rete distributiva più capillare e diversificata presente sul territorio. La compagnia si prende cura da sempre delle persone, delle famiglie e delle imprese italiane di cui è un punto di riferimento. Ai 10 milioni di clienti, offre soluzioni assicurative vita, danni e previdenza, personalizzate in base ai loro bisogni. Con una raccolta premi complessiva nel 2016 di 23,6 miliardi di euro Generali Italia è il 1° assicuratore del Paese. A Generali Italia fanno capo Alleanza Assicurazioni, Genertel e Genertellife.

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



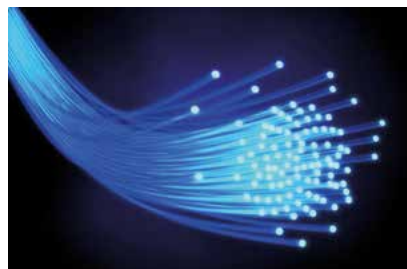
↑  
Paolo Gentiloni,  
Gabriele Galateri  
di Genola,

Phinippe Donnet  
e Marco Sesana

## TREVISO

Comune di Treviso e Open Fiber insieme per una città ultraveloce. Il piano è di portare in tutta la città un'infrastruttura in fibra ottica che consenta velocità di connessione fino a 1 Gbps (1000 Megabit al secondo). Questo è l'obiettivo della convenzione firmata dal Comune di Treviso e Open Fiber, la società partecipata da Enel e Cassa depositi e prestiti, attiva anche in altri Comuni del Veneto e nel resto d'Italia. Treviso è la terza città in Veneto (dopo Venezia e Padova) in cui Open Fiber intende realizzare la sua infrastruttura di rete in fibra ultraveloce. Il piano di sviluppo dell'azienda prevede un investimento diretto di 11 milioni di euro per la copertura capillare della città, che vanno ad aggiungersi ai 70 milioni già investiti per portare la banda ultralarga a Venezia e Padova. In totale saranno cablate 32mila unità immobiliari. Case, condomini, scuole, uffici, aziende e strutture della Pubblica Amministrazione velocizzeranno il processo di digitalizzazione, semplificando e migliorando le relazioni fra cittadini e P.A. e aumentando la produttività e la competitività delle imprese. La fibra ottica verrà portata in modalità Fiber to the Home (FTTH – fibra fino a casa), in grado di supportare velocità di trasmissione, sia in download che in upload, fino a 1 Gbps (1000 Megabit al secondo), consentendo così il massimo delle performance. Prestazioni non raggiungibili con le reti in rame (ADSL) o fibra/rame (FTTC). Open Fiber S.p.A. è una società partecipata da Enel e Cassa Depositi e Prestiti e mira a garantire la copertura delle maggiori città italiane nonché il collegamento delle aree industriali con l'obiettivo di realizzare una rete a banda ultra larga quanto più pervasiva ed efficiente possibile.

[www.comune.treviso.it](http://www.comune.treviso.it)



## AIGI

Ha riscosso grande interesse il 26 maggio il convegno "Trasporti internazionali: aspetti contrattuali, assicurativi e doganali", e organizzato alla Fondazione Benetton Studi Ricerche di Treviso dall'Associazione Italiana Giuristi d'Impresa (Aigi, con sede a Milano) in collaborazione con lo Studio Legale Carnielli di Treviso, specializzato in diritto dei trasporti e commerciale internazionale sul tema dei trasporti internazionali, patrocinato da Unindustria Treviso e Consiglio Nazionale degli Spedizionieri Doganali.

Fully-booked, il convegno ha visto il contributo del neo Presidente dell'Autorità di Sistema Portuale del Mare Adriatico Settentrionale, Pino Musolino, e di diverse voci appartenenti al mondo dei giuristi d'impresa, dei doganalisti e dei legali specializzati che hanno evidenziato, per quanto di rispettiva competenza, le criticità che nascono dall'operare in un sistema complesso quale quello dei trasporti internazionali senza le dovute conoscenze ed esperienze, oltre all'importanza di riconoscere le "allerte" a cui fare attenzione nella redazione di un contratto di trasporto, che nella gestione della modulistica e dei rapporti internazionale.

Anna Carnielli, titolare dello Studio Legale Carnielli, ha quindi enfatizzato il ruolo degli spedizionieri doganali, rappresentati dal consigliere Paolo Pasqui, in un rapporto sinergico con il professionista, che deve essere specializzato nel settore di riferimento per conoscere le implicazioni anche commerciali delle scelte suggerite al cliente ed offrire un servizio al passo con i tempi.

L'occasione è stata inoltre utile anche ad analizzare alcuni cruciali passaggi del Nuovo Codice Doganale dell'Unione e delle problematiche evidenziate dagli operatori. "Il confronto aperto e multidisciplinare, – ha sottolineato Anna Carnielli – a cui non erano abituate molte categorie, può e deve essere, oggi più che mai, un utile esercizio nella direzione della crescita della qualità dei servizi, legali ma non solo, e nella soddisfazione del cliente, diventato a sua volta più maturo e capace di percepire il plusvalore che la propria azienda acquisisce con un'assistenza qualificata e al passo con i ritmi frenetici imposti dai mercati internazionali".

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

# DIGITALMEET 2017

↓  
Il Rettore Rosario Rizzuto e il founder di Digitalmeet Gianni Potti consegnano l'Award 2017 a Federico Faggin



DIGITALmeet, il più grande festival diffuso italiano sul mondo del digitale e dell'Ict organizzato da Fondazione Comunica e Talent Garden Padova, ha chiuso l'edizione 2017 con 143 eventi, 300 speaker e 19mila presenze in dieci regioni: un significativo balzo in avanti rispetto al 2016 (106 eventi, 250 speaker e 11mila presenze in quattro regioni) che conferma la crescita costante in atto dall'esordio del 2013 (20 eventi, 78 speaker e 4mila presenze solo al Nordest).

Alla quinta edizione, l'appuntamento lanciato sui social con l'hashtag #DM17 e totalmente gratuito, ha allargato il suo raggio d'azione dal Nord Est a Lombardia, Piemonte, Liguria e Val d'Aosta.

“La consacrazione – ha detto Gianni Potti, Presidente Fondazione Co-

munica e founder di DIGITALMeet – è certificata anche dal risalto mediatico sulle principali testate e media nazionali e locali, non è solo nei numeri: quest'anno oltre alla quantità sono aumentate anche qualità e spontaneità, con 'digistar' come Federico Faggin e Kenjiu Matsushima accanto a tanti eventi bottom up che hanno intercettato un pubblico partecipe ed eterogeneo, confermando DIGITALmeet come luogo d'incontro (meet, appunto) tra realtà disparate accomunate dalla trasversalità del digitale”.

## L'innovazione digitale che si espande. In crescita anche qualità, spontaneità, trasversalità e risalto mediatico

Volontariato, gratuità, diffusione nelle comunità e nei territori sono le caratteristiche che fanno di DIGITALMeet il primo festival sull'alfabetizzazione digitale per cittadini, imprese, Pubblica Amministrazione”.

Gli eventi di #DM17 hanno spaziato dalla gestione delle emergenze alla smart city, dall'industria all'agricoltura, dalla scuola all'università, dalla politica alla giustizia, lungo un filo rosso che unisce cybersecurity, Internet of Things, robotica, realtà virtuale e molto altro ancora. Gli approfondimenti hanno seguito due livelli. Da una parte gli incontri di altissimo profilo negli atenei e nelle migliori aree produttive del Nord Italia, dall'altra quelli orientati alla logica del bottom up in territori periferici come i piccoli Comuni dell'arco alpino, da Torre Pellice in Piemonte a Taibon Agordino in Veneto, dove si è parlato di alfabetizzazione digitale e digital divide per esaltare le iniziative che vengono dal basso e dare voce a chi non vuole rimanere escluso dal futuro che avanza.

“Vogliamo dialogare con un pubblico eterogeneo composto da generazioni, ceti sociali, culture e provenienze differenti per diffondere al massimo la cultura digitale tra imprese e cittadini: crescita e sviluppo passano da qui”, ha spiegato Potti.

Una formula vincente e sempre più apprezzata anche dai relatori per rendere la cultura del digitale alla portata di tutti. Un digitale capace di semplificare la vita, far crescere le aziende del territorio, contribuire alla costruzione di una nuova economia. Lontano dai classici appuntamenti dove la teoria supera abbondantemente la pratica, DIGITALmeet ha l'ambizione di ribaltare il tavolo e mostrare in che modo il digitale “cambia la vita e l'economia”. E la partecipazione record di pubblico ne sono una conferma: non a caso l'anno prossimo il festival partirà un giorno prima: da mercoledì 17 a domenica 21 ottobre 2018 in tutta Italia.

[digitalmeet.it](http://digitalmeet.it)

**GIARDINO ITALIA,  
IL BIGLIETTO  
DA VISITA VERDE  
DELLA FIERA  
DI PADOVA**

**E LA VERTICAL  
FARM PRODUCE  
INSALATA  
A KMO**



Un parco delle biodiversità verdi presenti sul territorio italiano. È Giardino Italia, esposizione permanente che GEO S.p.A. – Fiera di Padova ha presentato a fine settembre in occasione del 68° Flormart. Suddiviso in 11 aree tematiche il giardino è reso possibile dall'adesione delle eccellenze della produzione florovivaistica italiana di diverse regioni che si sono impegnate per un mese nell'allestimento.

Il giardino rappresenta le biodiversità che si incontrano alle diverse latitudini della Penisola ed è il primo intervento di rigenerazione urbana sostenibile attraverso il verde realizzato nell'ambito del progetto "Padova Soft City", dimostrazione concreta di come le città possano essere riqualificate utilizzando le piante secondo un piano di sviluppo sostenibile. Là dove per anni c'è stato un viale asfaltato usato anche come parcheggio, in breve tempo è sorto un vitale giardino. Il progetto è realizzato dall'architetto Giorgio Strappazon di VS Associati e vanta un accordo di partnership con l'Università di Padova per il coordinamento scientifico collegato alla valorizzazione delle specie botaniche e alla tradizione di ricerca dell'Orto Botanico di Padova.

Giardino Italia si presenta come un itinerario lineare dove ognuna delle aziende e dei distretti produttivi partecipanti ha dato il suo apporto al progetto mettendo a disposizione i prodotti più significativi della propria attività.

Il percorso parte dalle piante della macchia mediterranea e sale fino al nord, con le seguenti denominazioni: Giardino del clima temperato, Giardino della macchia mediterranea, Giardino della Campania Felix, Giardino delle forme, Giardino dell'arboreto italiano, Giardino Biolink, Giardino della Maremma toscana, Giardino della Varietas italiana, Giardino del paesaggio veneto, Giardino dei faggi, Giardino dei frutti dell'Eden.

La vetrina permanente dell'offerta florovivaistica italiana d'eccellenza potrà essere visitata gratuitamente durante l'anno. A Giardino Italia hanno partecipato Aumenta Vivai (Latina), Giorgio Tesi Group (Pistoia), Mati1909 (Pistoia), Pianta Faro (Catania), Vivai Capitanio (Bari), Vivai Imperatore (Caserta) Vivai Ivano Guagno (Padova), Distretto Florovivaistico Alto Lombardo, le associazioni nazionali ANVE (Associazione Nazionale Vivaisti Esportatori) e Pianta e Fiori d'Italia, il Comune di Saonara; partner tecnici Harpo (Trieste), Scarabelli Irrigazione (Bologna), Il Germoglio Cooperativa Sociale Onlus (Venezia) e Enessere Pala eolica (Vicenza).

All'inaugurazione di Giardino Italia i visitatori hanno trovato anche l'attigua Vertical Farm, un'avveniristica serra verticale in grado di auto produrre insalata, ortaggi e frutta anche in assenza di sole perché completamente controllata con tecniche di intelligenza artificiale. L'iniziativa si sviluppa all'interno di un progetto di ricerca finanziato dalla Regione Veneto e coordinato dal Dipartimento di Informatica dell'Università di Verona. L'obiettivo è creare un ambiente di crescita protetto e total-

mente automatizzato in cui i parametri di coltivazione (temperatura, umidità, luce, fertirrigazione) vengono regolati per massimizzare la resa e la qualità minimizzando il consumo di risorse e il rischio di patologie. Dentro il parallelepipedo in vetro e acciaio a clima controllato e con l'aria filtrata, le piantine germogliano utilizzando la luce a led dimensionata sulle frequenze delle piante; l'energia viene fornita da pannelli fotovoltaici che servono a rendere il sistema autonomo ed economico. In sette ripiani in legno collocati su una parete la verdura cresce grazie a quattro substrati di terriccio speciale per l'agricoltura sostenibile. Il raccolto diventa verdura a km0 per l'attiguo ristorante della Fiera che ha la Vertical Farm proprio davanti al suo ingresso. Esperienze analoghe sono in corso in varie città del mondo: a Londra per esempio, in una stazione metropolitana dismessa, le Vertical Farm producono insalata.

## Il concetto di Vertical Farm nasce dalla ricerca aerospaziale per la coltivazione in una atmosfera protetta

Il concetto di Vertical Farm nasce dalla ricerca aerospaziale per la coltivazione in una atmosfera protetta con l'obiettivo di: coltivare senza consumo di suolo anche in ambito urbano utilizzando 1/20 della quantità d'acqua necessaria nelle coltivazioni tradizionali; controllare in ambiti chiusi il clima per evitare lo sviluppo di patogeni dei vegetali e l'uso di fitofarmaci; collaborare per la salvaguardia dell'ambiente coltivando nello stesso luogo del consumo per annullare il costo dei trasporti con relative immissioni di inquinanti; consumare frutta e verdura del cui ciclo biologico si ha certezza, come pure delle sostanze con le quali è cresciuto.

I sistemi di monitoraggio e controllo automatico della Vertical Farm sono stati realizzati in collaborazione con Agricontrol snc di Balbo e Secco, Ambra Elettronica S.r.l., Centro di Sperimentazione e Assistenza Agricola (CeRSAA) della Camera di Commercio Riviere di Liguria di Albenga (SV), Daviplant; Organizzazione Orlandelli S.r.l., VS Associati S.r.l.

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

## Le città possono essere riqualificate utilizzando le piante secondo un piano di sviluppo sostenibile



CUL-  
TU-  
RA

PADO-  
VA/  
TRE-  
VI-  
SO

LA VIVACITÀ  
CULTURALE  
È IL PARADIGMA  
DI UN TERRITORIO  
IN CONTINUO  
MOVIMENTO,  
DALLA STORIA ALLA  
CONTEMPORANEITÀ.

INCONTRO  
TRA RODIN  
E MARTINI

RIVOLUZIONE  
GALILEO

MOSTRA SALCE

SOLISTI VENETI

PREMIO  
COMISSO

30° FONDAZIONE  
BENETTON

ALCHIMIE  
CULTURALI

MYTHO-MANIAC

PRIMI A VEDERLE

PRETI FRATI  
E GIUDICI

TREVISO  
SUONA JAZZ

6/

# A TREVISO, L'INCONTRO TRA RODIN E MARTINI

↙  
Auguste Rodin,  
*Pensiero*, gesso,  
Parigi, Musée Rodin

↙↙  
Auguste Rodin,  
*Le tre ombre*,  
gesso patinato,  
Parigi, Musée Rodin

↓  
Auguste Rodin,  
*Paolo e Francesca  
tra le nuvole*,  
marmo, Parigi,  
Musée Rodin

↓↓  
Auguste Rodin,  
*Testa monumentale  
di Pierre de Wissant  
(I borghesi di Calais)*,  
gesso, Parigi,  
Musée Rodin

↘  
Arturo Martini  
al Museo Bailo,  
foto di Marco Zanta



Dal 24 febbraio al 3 giugno 2018

Treviso è stata scelta dal Musée Rodin di Parigi per accogliere la mostra conclusiva delle Celebrazioni per il primo centenario della scomparsa di Auguste Rodin (1840 – 1917), completando così il programma di grandi esposizioni che quest'anno ha già coinvolto tra gli altri il Grand Palais a Parigi e il Metropolitan a New York. Mostra, quella nel Museo di Santa Caterina, promossa dal Comune di Treviso e da Linea d'ombra, che la produce e organizza. Le prenotazioni si sono aperte il 6 novembre.

Al di là del rapporto di particolare stima che il museo parigino nutre nei confronti di Marco Goldin, a pesare su questa scelta ha contribuito il fatto che Treviso sia la città di Arturo Martini, il gigante della scultura italiana, e non solo, del Novecento, artista che guardò con interesse anche al grande maestro d'oltralpe.

In Santa Caterina, che per l'occasione aprirà gli spazi integralmente restaurati della sala ipogea, intitolata a Giovanni Barbisan, saranno riunite una ottantina di opere – compresi i capolavori fondamentali – di Auguste Rodin. In un opportuno confronto tra sculture, anche di grandi dimensioni, e disegni. Perché, com'è noto, Rodin iniziò il suo percorso artistico proprio frequentando la Petite École, dove studiò disegno e pittura, avvicinandosi solo successivamente alla scultura.

In accordo con il Musée Rodin, Marco Goldin ha selezionato per questa grande rassegna 50 sculture e 30 opere su carta.

Tra le prime saranno presenti tutti i capolavori più noti dello scultore. Dal Bacio (immagine della mostra) al Pensatore, al Monumento a Balzac, all'Uomo dal naso rotto, all'Età del bronzo, sino ai bozzetti, spesso di ampio formato, delle opere monumentali, ovviamente intrasportabili o mai completate. I Borghesi di Calais e la Porta dell'Inferno, tra le tante.

A essere rappresentate al Santa Caterina saranno tutte le tappe del percorso artistico dello scultore, percorso che mette in evidenza il suo fortissimo interesse per Michelangelo e per la scultura rinascimentale italiana. Così come la capacità di Rodin di trasformare la materia, rendendo morbido, sensuale, vibrante il marmo non meno che il bronzo. Come documenterà anche il catalogo-monografia che, interamente scritto da Goldin, accompagnerà la mostra.

Il confronto con Arturo Martini rientra a pieno titolo nel progetto che il curatore ha messo a punto per questo importantissimo evento. La monografica su Rodin in Santa Caterina sarà infatti collegata a un grande Omaggio ad Arturo Martini che coinvolgerà il rinnovato Museo Luigi Bailo. Al patrimonio del Bailo appartengono oltre cento opere di Martini: molte sculture e bozzetti, ceramiche e incisioni. Un corpus unico per importanza e varietà. Ai visitatori della mostra di Rodin sarà suggerito, anche grazie alla possibilità di godere di un biglietto ridotto per il Bailo, di ammirare, dopo il francese, il grande maestro di casa.

Per catalizzare ulteriormente l'interesse dei visitatori ad aggiungere il Bailo al loro itinerario trevigiano, Goldin ha voluto proporre anche una densa mostra monografica sull'altro

grande artista trevigiano del Novecento europeo, Gino Rossi. Al nucleo di otto opere dell'artista, patrimonio della Pinacoteca trevigiana, Goldin affiancherà altri venti pezzi, a completare una "restituzione" di Rossi alla sua Treviso. Una retrospettiva su di lui mancava, in città, dal lontano 1974.

"Dopo il successo dell'anno scorso io e Marco ci eravamo lasciati dicendo che il meglio doveva ancora venire – ha dichiarato il Sindaco di Treviso Giovanni Manildo – Un anno dopo siamo qui ad annunciarvi una nuova mostra che siamo sicuri saprà emozionarci tutti. Treviso un anno fa ha riabbracciato il suo storico curatore: oggi quell'emozione è diventato un rapporto solido e maturo sfociato in un progetto inedito e collettivo. Inedito per la città di Treviso che per la prima volta ospita grandi opere del padre della scultura moderna e collettivo perché vede la partecipazione della città di Treviso, del suo sistema produttivo e del mondo dell'impresa. Ringrazio

Marco Goldin per questa nuova avventura, Treviso è pronta".

Marco Goldin, curatore della mostra dedicata a Rodin e dell'intero progetto trevigiano per la primavera 2018, afferma: "Da tempo desideravo proporre al pubblico italiano una mostra dedicata a Rodin, alla sua vita e alla sua opera, anche per il suo interesse tanto forte verso la cultura del nostro Paese. Sono davvero felice che questo possa avvenire nella mia città, Treviso, facendo scattare quella gara di ineguagliabile bellezza con Arturo Martini. E felice che il Musée Rodin abbia aderito alla mia

richiesta con entusiasmo, ancor più motivato dal fatto che Treviso sia proprio la città di Martini. Credo non sarà inutile, nella prossima primavera, venire a Treviso per incontrare l'opera somma di due giganti della scultura tra XIX e XX secolo". La mostra è promossa dal Comune di Treviso e da Linea d'ombra. Prodotta e organizzata da Linea d'ombra. Main sponsor è il Gruppo Baccini S.r.l. Partner istituzionali sono Unindustria Treviso, Camera di Commercio di Treviso, Confcommercio di Treviso, Confartigianato Treviso, Coldiretti Treviso. Sponsor: Pinarello S.p.A., Gruppo De Longhi S.p.A., Logos S.p.A., CEV, Consorzio del Prosecco, Zanardo servizi logistici S.p.A.

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

## Trasformare la materia, rendendo morbido, sensuale, vibrante il marmo non meno che il bronzo



# A PADOVA, RIVOLUZIONE GALILEO

↓  
Cristiano Banti,  
*Galileo davanti  
all'Inquisizione*,  
1857, Palazzo Foresti  
AIS

↘  
Guercino,  
*Atlante*,  
Museo Bardini

DAL 18 NOVEMBRE  
2017 AL 18 MARZO  
2018, PALAZZO  
DEL MONTE DI PIETÀ



## Sette secoli d'arte a Padova per l'affascinante viaggio dentro l'unicità di Galileo.

Dopo Galileo nulla fu come prima. E non solo nella ricerca astronomica e nelle scienze, ma anche nell'arte. Con lui, il cielo passa dagli astrologi agli astronomi.

La mostra (Padova, Palazzo del Monte di Pietà, dal 18 novembre 2017 al 18 marzo 2018), concepita da Giovanni C.F. Villa per la Fondazione Cassa di Risparmio di Padova e Rovigo racconta, per la prima volta, la figura complessiva e il ruolo di uno dei massimi protagonisti del mito italiano ed europeo. In un'esposizione dai caratteri del tutto originali, dove capolavori assoluti dell'arte occidentale in dialogo con testimonianze e reperti diversi, consentono di scoprire un personaggio da tutti sentito nominare ma da pochi realmente conosciuto.

Dalla mostra emerge l'uomo Galileo nelle molteplici sfaccettature: dallo scienziato padre del metodo sperimentale al letterato esaltato da Foscolo e Leopardi, Pirandello e Ungaretti, De Sanctis e Calvino. Dal Galileo virtuoso musicista ed esecutore al Galileo artista, tratteggiato da Erwin Panofsky quale uno dei maggiori critici d'arte del Seicento; dal Galileo imprenditore – non solo il cannocchiale ma anche il microscopio o il compasso – al Galileo della quotidianità. Poiché l'uomo, eccezionale per potenza d'intuizione e genio scientifico, lo era anche nei piccoli vizi e debolezze, quali gli studi di viticoltura e la passione per il vino dei Colli Euganei – rifiutando la “vil moneta” baratta i suoi strumenti di precisione con vino “del migliore” – o la produzione e vendita di pillole medicinali.

Per documentare “Rivoluzione Galileo” Giovanni C.F. Villa riunisce in Palazzo del Monte di Pietà a Padova un numero impressionante di opere d'arte, a partire dagli splendidi acquerelli e schizzi dello stesso Galileo, che mostrano la sua altissima qualità di disegnatore. Lo scienziato era del resto un attento osservatore dell'arte, come confermano i commenti salaci su delle tarsie lignee – “prive di morbidezza e fatte di legnetti” – ma anche su Arcimboldo, autore di “capricci che hanno una confusa ed inordinata mescolanza di linee e colori”. L'influenza delle conquiste galileiane e della scienza moderna sulla cultura artistica è evidente già nel primo Seicento: con la minuziosa resa della natura, come testimoniano le straordinarie opere dei Brueghel e di Govaerts, ma anche in una pittura che recepisce immediatamente la prorompente portata delle ‘macchine’ di Galileo.

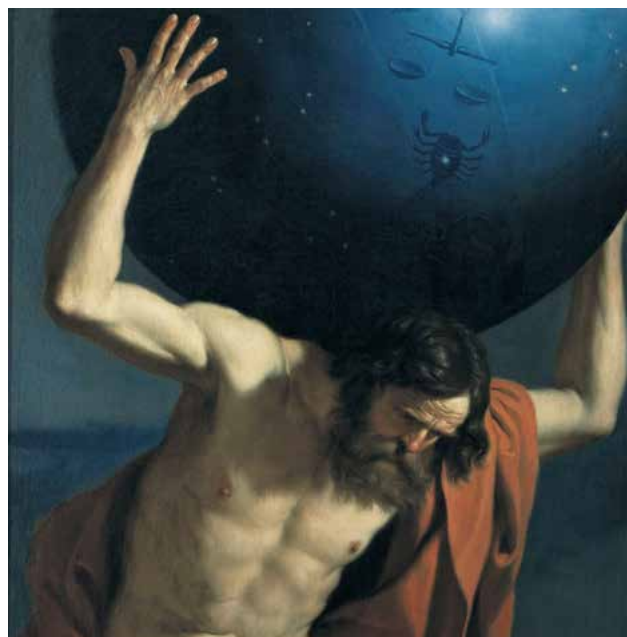
Nel 1610 Galileo pubblica il Sidereus Nuncius, e un effetto immediato si può scorgere nella celebre Fuga in Egitto di Adam Elsheimer, prima raffigurazione della Via Lattea. E poi in una sequenza di artisti capaci di raffigurare la luna così come vista con il cannocchiale, tanto che una notevole sezione di mostra racconta proprio la scoperta della luna da Galileo fino ai giorni nostri. Anche il genere della natura morta sviluppa nuove formule compositive: i simboli della vanitas lasciano il posto ad una raffigurazione documentaristica legata allo sviluppo delle scienze naturali. E poi un racconto iconografico per capolavori, tra le quali spicca il dipinto del Guercino dedicato al mito di Endimione, con una delle prime raffigurazioni del cannocchiale perfezionato dallo scienziato pisano. Tra gli anni Venti e Trenta del secolo prende vita una vera e propria “bottega” galileiana, ovvero una genera-

zione di artisti (Artemisia Gentileschi, l'Empoli, Stefano Della Bella, ecc.) in grado di condividere le suggestioni offerte dalla lezione dello scienziato. Come le Osservazioni astronomiche di Donato Creti ora in Pinacoteca Vaticana: straordinarie tele raffiguranti stelle e pianeti ritratti in modo da mostrare l'aspetto che presentano al telescopio, evocando le scoperte galileiane.

Giovanni C.F. Villa porta i visitatori anche dentro alla “costruzione” del mito galileiano in epoca ottocentesca. Si era nel 1841 quando il Granduca Leopoldo II di Lorena costruiva, in Palazzo Torrigiani, la Tribuna di Galileo, straordinario ambiente immaginato quale sintesi iconografica della scienza sperimentale, da Leonardo a Galileo. Dopo il centrale episodio fiorentino di Santa Croce, eternato da Ugo Foscolo, l'Ottocento diviene il secolo dei monumenti dedicati a Galileo. Ecco allora Pisa, Roma, la Loggia degli Uffizi a Firenze per giungere alla trentaseiesima statua dei grandi padovani in Prato della Valle. A sancire il mito di Galileo accanto a quello di Dante, lo scienziato-umanista capace di una rivoluzione epocale per l'umanità ampiamente riverberata nell'arte.

La mostra sviluppa un'ampia sezione d'arte contemporanea che da Previati e Balla giunge fino ad Anish Kapoor, presente in mostra con l'opera di apertura. Così sette secoli di arte occidentale, intrecciandosi con la scienza, la tecnologia e l'agiografia galileiana, restituiscono compiutamente la parabola umana di Galileo celebrato in una Padova che lo vide protagonista per 18 anni. Ricordati dallo scienziato come i più felici per la libertà concessagli dallo Studio patavino, allora ai vertici della cultura europea. Ed è la stessa Università agli Studi di Padova che, come ha annunciato il suo Rettore, prof. Rosario Rizzuto, ha deciso di affiancare alla Mostra un programma di iniziative, incontri, approfondimenti sulla figura di colui che è stato uno dei suoi più illustri docenti e Maestri.

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



# ILLUSTRI PERSUASIONI AL MUSEO SALCE DI TREVISO

↓  
Erberto Carboni,  
*Brillantine OPSO*,  
1923

↘  
Fortunato Depero,  
*Teatro Futurista*,  
1924

↘  
Achille Luciano  
Mauzan, *Hydra  
crema per calzature*,  
1922

↘  
Giuseppe  
Riccobaldi, *Fiat*,  
1928



Il nuovo Museo Nazionale della Collezione Salce svela una seconda, importante tranche dei suoi quasi 50mila pezzi. Dal 14 ottobre al 14 gennaio 2018, Marta Mazza, che del nuovo museo è il Direttore, con il titolo di “Illustri persuasioni” presenta un centinaio di magnifiche testimonianze dell’arte pubblicitaria tra la prima e la seconda guerra mondiale, dal 1920 al 1940. Sono manifesti che la curatrice definisce come “perentori”, che declinano una stagione distinta, spesso nettamente, dalla precedente del Liberty (oggetto della precedente esposizione al Museo Salce).

Non a caso, in questa mostra, il focus è posto sugli autori dei manifesti. Riconoscendo loro il ruolo e la virtuosità di abili “persuasori”. I loro sono anni in cui la “propaganda” assume un ruolo ufficiale e nella grafica raggiunge livelli di straordinaria eccellenza. Sono i decenni in cui nel vecchio Continente, ma non solo, si affinano gli strumenti della “comunicazione di massa”.

Sono anni in cui anche i grandi geni già affermati, come Leonetto Cappiello e Marcello Dudovich, sperimentano la tenuta delle loro idee comunicative attraverso un linguaggio più volumetrico e incisivo, continuando ad inventare personaggi indimenticabili come il folletto nella buccia d’arancia per Campari o l’elegante donna in blu per la Fiat Balilla. E sulla loro scia si muovono nuove stelle, come il francese Achille Luciano Mauzan, sempre pronto all’ironia più esuberante. In altri autori, che si affacciano ora al mondo della grafica pubblicitaria, i volumi e le geometrie riconducono più chiaramente ai paralleli percorsi della pittura, tra cubismo e futurismo: le splendide nature morte di Marcello Nizzoli per il Campari o per il Vov; le marionette ironiche di Fortunato Depero di Enrico Prampolini e di Bruno Munari; le figure “solidificate” di Lucio Venna, di Giuseppe Riccobaldi del Bava e del novecentista Mario Sironi, grande anche nella grafica; le donne raffinatissime di Franz Lenhart, memore di quelle di Tamara de Lempicka.

Anche il mondo più discreto e “minore” dell’illustrazione suggestiona gli autori pubblicitari, esprimendo con estrema raffinatezza le prerogative più coerenti dell’Art déco: straordinarie e inedite sono in tal senso le prove giovanili di Erberto Carboni, tra cui spiccano per felicità inventiva, quasi fiabesca, quelle per la O.P.S.O. di Parma.

Ma è lo stesso Carboni, qualche anno più tardi, a sviluppare un altro sorprendente e nuovissimo rapporto: quello tra la grafica pubblicitaria e la fotografia, che entra con vigore nei manifesti fin dagli anni ’30. Giacì Mondaini è tra coloro che ne faranno ampio uso, anche con immagini della piccola figlia Sandra; e così il geniale Xanti Schawinsky, che porterà in Italia le ricerche del Bauhaus. Atmosfere fotografiche e cinematografiche sono implicite anche nell’imponente lavoro di Gino Boccasile, quello delle “signorine grandi firme”.

“Le sue donne sensuali dai sorrisi smaglianti sono – afferma Marta Mazza – cifra identificativa di un’epoca mai esuberantemente ottimista come la precedente ma capace di messaggi seduttivi formulati con forza e con una consapevolezza linguistica totalmente nuova”.

[www.collezionesalce.beniculturali.it](http://www.collezionesalce.beniculturali.it)

**Sono i decenni  
in cui nel vecchio  
Continente,  
si affinano  
gli strumenti della  
“comunicazione  
di massa”**



# I SOLISTI VENETI

LA STAGIONE  
CONCERTISTICA  
2017/21018

↓  
Claudio Scimone



Un'alleanza tra mondo dell'impresa e della cultura per promuovere l'eccellenza di Padova e del Veneto e valorizzare la competitività e l'attrattività di un territorio. È questo l'obiettivo della collaborazione avviata tra Confindustria Padova e I Solisti Veneti. Una partnership che potrà tradursi in momenti di reciproca conoscenza e che punta ad avvicinare le imprese associate alla realtà dei Solisti Veneti per eventuali progetti di promozione, comunicazione e marketing a livelli sia nazionali che internazionali, valorizzando così un marchio culturale di altissimo profilo, riconosciuto in tutti il mondo.

“La musica italiana nell'esecuzione di artisti di livello mondiale è uno straordinario biglietto da visita per le iniziative diplomatiche e commerciali italiane all'estero – sottolinea il direttore artistico de I Solisti Veneti Claudio Scimone – . Fendi ha invitato I Solisti Veneti per esecuzioni musicali negli intervalli delle sue sfilate in occasioni quali le inaugurazioni ufficiali di Italia in Argentina

al Teatro Colòn e Italia in Cina, il Monte dei Paschi di Siena ci ha invitato a suonare a Parigi per celebrare un accordo di collaborazione con la sede MPS di Bruxelles, la Banca Commerciale all'Opéra Comique per l'apertura di una nuova sede, l'Ambasciata italiana a in Belgio nel Théâtre Royal de La Monnaie per l'inaugurazione del semestre di presidenza italiana alla presenza della Regina Paola del Belgio e così pure I Solisti sono stati invitati in Italia e in molti Paesi del mondo in occasione di convegni scientifici, congressi, celebrazioni o di fronte a Capi di Stato e primi Ministri. L'ambasciatore Umberto Vattani, in occasione di un Convegno dei Primi Ministri Europei a Taormina, e l'ambasciatore Saragat a Bruxelles dopo un concerto all'ambasciata in cui aveva avuto ospite il Re Baldovino insieme all'allora Presidente della Repubblica Cossiga mi hanno entrambi qualificato simpaticamente 'collega' dicendo la stessa frase, “dopo il vostro passaggio il nostro lavoro sarà più facile”.

L'Orchestra de “I Solisti Veneti” è la formazione cameristica italiana più popolare nel mondo, che si avvia a celebrare il suo 60° anniversario nella stagione 2018/19. È stata fondata nel 1959, sempre diretta da Claudio Scimone. Ha tenuto oltre 6mila concerti in più 90 Paesi in sei continenti, ha partecipato ai massimi festival internazionali (30 concerti al Festival di Salisburgo), sempre con grandissimo successo di pubblico e di critica, e vanta una discografia di oltre 350 titoli. Ha dedicato in modo prevalente la sua attività alla riscoperta, diffusione e promozione del grande repertorio veneto dei secoli d'oro.

Gli appuntamenti del 2017 con I Solisti Veneti sono: il 26 novembre, all'Auditorium Pollini, per il concerto dedicato alla consegna delle Borse di studio dell'Accademia de I Solisti Veneti offerti dal Rotary Club Padova e da Inner Wheel; il 3 dicembre, sempre all'Auditorium Pollini di Padova, I Solisti Veneti con Gabriele Cassone, tromba e Dmitri Schishkin, pianoforte; il 12 dicembre all'Auditorium del Teatro Manzoni di Bologna con Ilya Gringolts, violino; il 17 dicembre, alla Sala Verdi di Milano, con Salvatore Accardo, Laura Gorna, Anna Tifu, Edoardo Zosi, violini; il 18 dicembre alla Chiesa degli Eremitani di Padova per il Concerto di Natale, e il 30 dicembre al Ridotto del Teatro Verdi, per l'Addio al 2017 con Lucio Degani, violino solista. Altri concerti di Natale verranno effettuati in vari centri delle province di Padova e del Veneto.

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

# PREMIO LETTERARIO GIOVANNI COMISSO 2017

↓  
Gli scrittori finalisti  
con Ennio Bianco  
e Neva Agnoletti

→  
Pagina successiva:  
I vincitori di  
"Scrivere è un  
gioco da ragazzi"

## I VINCITORI DELLE SEZIONI NARRATIVA E BIOGRAFIA



Il 7 ottobre in seduta pubblica al Salone dei Trecento di Treviso sono state proclamate le opere vincitrici della XXXVI edizione del Premio letterario Giovanni Comisso "Regione del Veneto- Città di Treviso" per le sezioni Narrativa e Biografia. Il vincitore della Sezione Narrativa è: Lo spregio, di Alessandro Zaccuri (Marsilio) Il vincitore della Sezione Biografia è: Vite minuscole, di Pierre Michon (Adelphi) Le due opere hanno ottenuto la maggioranza dei voti dai componenti la Grande Giuria del Premio tra i finalisti selezionati dalla Giuria Tecnica.

I finalisti indicati dalla Giuria Tecnica sono stati: nella Sezione Narrativa: Costellazioni del crepuscolo, di Francesco Permunian (Il Saggiatore), Bruciare tutto, di Walter Siti (Rizzoli), e Lo spregio, di Alessandro Zaccuri (Marsilio). Nella Sezione Biografia: Servitore di Dio e dell'umanità. La Biografia di Benedetto XVI, di Elio Guerriero (Mondadori), Sindona, Biografia degli anni Settanta, di Marco Magnani (Einaudi) e Vite minuscole, di Pierre Michon (Adelphi).

La Giuria Tecnica del Premio ha selezionato i finalisti tra le 114 opere pervenute alle selezioni (86 per la narrativa e 28 per la biografia) di 74 case editrici. La Giuria Tecnica è presieduta da Rolando Damiani e composta anche da Benedetta Centovalli, Silvia De Laude, Giancarlo Marinelli, Pierluigi Panza, Sergio Perosa e Stefano Salis.

Nel corso dell'incontro, condotto dalla giornalista Maria Pia Zorzi, i componenti la Giuria Tecnica hanno dialogato con gli autori finalisti e tutto l'incontro è stato seguito anche nel sito [www.premiocomisso.it](http://www.premiocomisso.it) e su Facebook. Sono stati inoltre commemorati Gian Antonio Cibotto e Danilo Mainardi, recentemente scomparsi, due illustri intellettuali che sono stati vicini al Premio Comisso e componenti in passato della Giuria Tecnica.

Nella mattina del 7 ottobre si sono tenuti gli incontri, organizzati da Unindustria Treviso, di alcuni autori nelle scuole: Pierre Michon al Liceo classico/linguistico Canova di Treviso, Elio Guerriero al Liceo Giorgione di Castelfranco Veneto, Marco Magnani all'ITC Riccati Luzzati di Treviso, Francesco Permunian al Liceo scientifico Da Vinci di Treviso e Walter Siti al Liceo Marconi di Conegliano.

Il Premio è promosso dall'Associazione Amici di Giovanni Comisso di cui è Presidente Ennio Bianco e Presidente onoraria Neva Agnoletti.

Il Premio Comisso ha sviluppato un'innovativa collaborazione tra pubblico e privato. Riceve il sostegno della Regione del Veneto, del Comune di Treviso, della Provincia di Treviso, della Camera di Commercio di Treviso - Belluno, Cassa di Risparmio del Veneto e Unindustria Treviso.

Main sponsor sono Aper & Partners e Pasta Zara. Le Aziende amiche del Premio Comisso sono: AccaKappa, Aldebra, Alf DaFre, Arper, Banca di Cividale, Came, Carron, DB Group, DBA Group, Dersut, Gruppo Pro-Gest, Enopiave, Gruppo Euromobil, Keyline, Irinox, Labomar, LBA, Maglificio Giordano's, MHT, Padoan, Perché, SAC, Sgambaro, Sogea, Stonefly, SUM, Texa, Umana, Veneta Cucine e Virosac. Sponsor tecnici sono Carlton hotel, Ristorate da Celeste, Cecchetto, Grafiche Antiga e Libreria Lovat.

## Il Premio Comisso ha sviluppato un'innovativa collaborazione tra pubblico e privato

Nel corso della finale del XXXVI Premio Comisso che ha votato i vincitori delle sezioni Narrativa e Biografia, sono stati premiati anche i giovani vincitori del concorso sul tema del 'confitto', legato al progetto di scrittura creativa 'Scrivere è un gioco da ragazzi', promosso dall'Associazione Amici di Comisso e realizzato tra aprile e giugno in tre Licei, il Canova di Treviso, il Giorgione di Castelfranco Veneto e il Marconi di Conegliano. L'iniziativa ha ricevuto il contributo di Cassa di Risparmio del Veneto e ha coinvolto circa 60 studenti. Prima classificata è stata Teresa Tonini (con il racconto Amen), seconda Alessia Danieli (Il credo di un soldato), terzo Diego Boin (Il giusto giustiziato). Menzioni speciali sono andate

ad Aurora Gasparello (Un soldato senza divisa), Eleonora Rossato (La memoria va in guerra), Luisa Tonon (Il prossimo), Eleonora Furlan (L'impronta), Veronica Scanduzzi (Mamma che cos'è la guerra), Giacomo Vian (Il test), Daniela Tomasella (Non parlarne mai). A premiare i giovani studenti il Presidente dell'Associazione Amici di Comisso, Ennio Bianco, e il Presidente di Cassa di Risparmio del Veneto, Gilberto Muraro.

Con il progetto, l'Associazione Amici di Comisso ha consegnato 20 copie di Giorni di Guerra, tra le opere più note di Giovanni Comisso e di particolare interesse per la narrazione del periodo storico e del territorio. I docenti di materie letterarie sono stati invitati ad introdurre la figura e l'opera di Giovanni Comisso e a far leggere l'opera. In ogni scuola si è svolto un corso di scrittura creativa, tenuto da esperti, con esperienza anche come scrittori o critici: sono stati Antonio Bortoluzzi, Isabella Panfido e Alessandro Cinquegrani. Al termine, il concorso con racconti brevi, al quale sono stati invitati gli studenti partecipanti. La giuria è stata formata dagli stessi studenti che hanno potuto valutare i racconti inviati, tranne quelli della propria scuola. Le prime due classificate, Teresa Tonini e Alessia Danieli saranno parte della Grande Giuria dell'edizione 2018 del Premio Comisso.



# 30° FONDAZIONE BENETTON

RINASCE, DOPO  
IL RESTAURO,  
L'EX CHIESA  
DI SAN TEONISTO



Ha riaperto ad ottobre la chiesa di San Teonisto a Treviso. Il restauro dell'edificio nel centro storico di Treviso, fortemente voluto da Luciano Benetton, è giunto al termine e riconsegna alla città un importante patrimonio storico per lo svolgimento di attività culturali. Il complesso intervento, iniziato alla fine del 2014 e affidato alla cura e alla creatività dell'architetto Tobia Scarpa nel solco del suo fertile sodalizio con il Gruppo Benetton, ha restituito un'architettura rinnovata, ma capace di raccontare i segni del passato di luogo consacrato, poi gravemente danneggiato dai bombardamenti del 1944 e spogliato dei suoi arredi, e infine dimenticato. Successivamente sconosciuto e adibito a usi diversi, l'edificio è stato gestito dal Comune di Treviso fino all'acquisizione, nel 2010, da parte di Luciano Benetton, che successivamente l'ha donato alla Fondazione Benetton Studi Ricerche per farne un luogo di cultura in grado di ospitare eventi di respiro internazionale.

La chiesa deve il suo nome a san Teonisto, la cui salma, secondo tradizione, fu trasferita a Treviso dai cittadini di Altino a seguito della distruzione della loro città nel 452 d.C. a opera di Attila. Oltre alle spoglie del santo la chiesa ha ospitato nel corso dei secoli numerose opere pittoriche di artisti del XVII secolo, tra cui il celebre dipinto "Le Nozze di Cana" di Paolo Veronese e bottega, ora custodito a Palazzo Montecitorio, e il grande affresco del soffitto, a opera del Guarana nel XVIII secolo raffigurante l'Assunzione della Madonna. L'intervento di restauro e adeguamento della chiesa ha avuto come obiettivo prioritario il rispetto e la tutela dello spazio architettonico preesistente, attraverso l'adozione di mirati interventi di restauro e accurati dettagli disegnati dallo stesso Tobia Scarpa. Le nuove esigenze funzionali hanno trovato soluzione nella realizzazione di due tribune reclinabili che, quando sollevate, consentono di adibire l'aula della chiesa a sala da musica e auditorium, per una capienza complessiva di 300 persone. Grazie all'inserimento di un nuovo pavimento sopraelevato e a un delicato lavoro di scavo, le tribune reclinabili possono essere completamente nascoste alla vista scomparendo al di sotto della quota del pavimento e consentendo così di ottenere uno spazio completamente libero in grado di ospitare mostre ed esposizioni temporanee. Il nuovo soffitto, che segue l'originale andamento di quello crollato durante la seconda guerra mondiale, si regge su un'apposita struttura realizzata con travi metalliche vincolate ai muri d'ambito e resa indipendente dalla sovrastante copertura a capriate lignee. Nell'ex sacrestia, attigua all'aula, gli stucchi originali sono stati recuperati integrando le parti mancanti con un'attenta opera di restauro, mentre nell'area adiacente sono ospitati i locali tecnici.

L'intero complesso della chiesa è accessibile da un piccolo cortile che funge da foyer all'aperto e nel quale è collocata un'installazione di quattro colonne di cui tre sormontate da un antico capitello ionico e una da una scultura in vetro serigrafato raffigurante l'originale bassorilievo da cui è tratto il logo istituzionale della Fondazione Benetton Studi Ricerche. L'intero progetto è impreziosito da tutti i dettagli architettonici di Tobia Scarpa, tra cui svettano i quattro lampada-

ri in vetro soffiato presenti nell'aula, le sedute delle tribune e della platea, l'allestimento del cortile di ingresso e la nuova scala in ferro e legno dell'ex sacrestia.

Nei prossimi mesi è previsto il completamento dei lavori di ricostruzione del timpano di facciata della chiesa, opera del conte Giordano Riccati nel 1758 e crollato durante la seconda guerra mondiale, e la ricollocazione di diciannove delle ventidue opere pittoriche che adornavano le pareti della chiesa, attualmente in fase di restauro.

La chiesa restaurata troverà a breve la sua collocazione tra gli spazi della cultura di Treviso con un calendario di eventi adatto alla sua nuova identità e riaccoglierà le opere d'arte che lo decoravano, grazie a una felice quanto veloce intesa con il Comune di Treviso che le ha custodite per

quasi un secolo nei Musei civici. "Entro la fine dell'anno la programmazione si avvierà in parallelo con la conclusione degli allestimenti, a partire dal momento in cui le opere d'arte potranno ritrovare la collocazione originale - ha affermato Marco Tamaro, Direttore della Fondazione Benetton -, la musica sarà fin da subito protagonista negli spazi della chiesa di San Teonisto, che si presta a diventare un luogo di sperimentazione e contaminazione tra linguaggi diversi, in dialogo tra antico e moderno, ricerca e divulgazione".

I festeggiamenti sono iniziati già l'8 ottobre con un concerto che è stato anche l'occasione per aprire le celebrazioni per i trent'anni di attività della Fondazione Benetton. Con il musicologo Guido Barbieri, voce narrante, hanno suonato il violoncellista Mario Brunello, il violinista Giuliano Carmignola, il pianista Andrea Lucchesini, I Sonatori de la Gioiosa Marca e il Coro del Friuli Venezia Giulia, diretto da Cristiano Dell'Oste.

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

## Un nuovo spazio funzionale: sala da musica, auditorium, esposizioni



OPERE  
NELL'INCONTRO  
TRA IMPRESA  
E ARTE, SECONDA  
EDIZIONE



È ritornata il 26 ottobre Alchimie. Opere nell'incontro tra impresa e arte, la mostra dedicata al progetto Alchimie Culturali, l'iniziativa ideata da Confindustria Veneto e realizzata dall'Istituzione Fondazione Bevilacqua La Masa che fa incontrare gli artisti e le imprese venete per produrre opere d'arte contemporanea.

Anche in questa seconda edizione del progetto, l'Istituzione Fondazione Bevilacqua La Masa ha seguito gli artisti nella produzione dei lavori, accompagnandoli negli incontri con le aziende, discutendo e coordinando la produzione delle opere. Un lavoro durato più di un anno, che, come nell'edizione precedente, ha innescato un processo intenso di condivisione di esperienze, mettendo in gioco aspetti umani, competenze tecniche, strategie aziendali e visioni artistiche.

L'obiettivo di questa iniziativa, attraverso le sinergie create, è quello di approntare una nuova metodologia di interazione tra arte e impresa, quale modalità operativa riproponibile, che permetta di sviluppare collaborazioni reciprocamente vantaggiose per imprese, artisti e Istituzioni culturali. Il progetto prevede la produzione di alcune opere che nascono da un viaggio con-

scitivo degli artisti in aziende non vicine all'arte contemporanea. Ciascuna azienda individua il progetto artistico più affine, per iniziare un percorso di confronto che culmina in un'opera, quale espressione della materia prima di cui l'azienda si occupa, della competenza che la distingue, dei suoi obiettivi di crescita e comunicazione. In questo modo si stimolano il contatto e la partnership tra imprenditori e artisti, creando un processo alchemico che, fondendo il know-how dell'impresa con la creatività contemporanea, sprigiona molecole nuove, capaci di valorizzare le nostre imprese manifatturiere con

le modalità creative proprie dei mezzi di espressione artistica contemporanea.

I sette artisti che hanno aderito al progetto sono: Michele Bazzana, Andrea De Stefani, Elisabetta Di Maggio, Andrea Grotto, Rachele Maistrello, The Cool Couple, Serena Vestrucci. Le aziende

che hanno partecipato sono: Argenteria Calegari (Padova), Dolci Color S.r.l. (Verona), Palladio S.r.l. (Treviso), Lanificio Paoletti (Treviso), Plasterego S.r.l. (Padova), Tiso Alfredo e Figli S.r.l. (Venezia).

## Dall'incontro tra artisti e imprese venete, la condivisione di esperienze

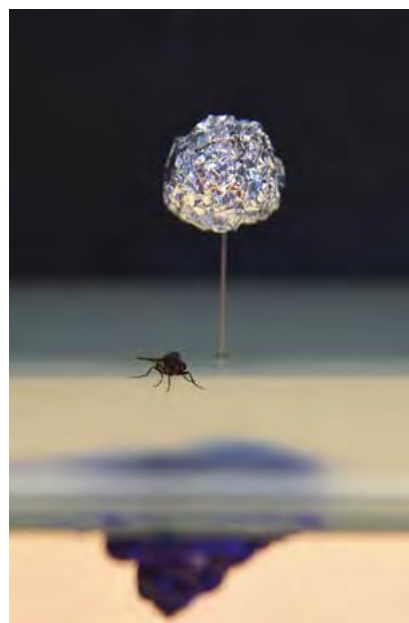


→ Istituzione Fondazione Bevilacqua La Masa, Palazzetto Tito, Venezia

↳ Plasterego

↓↓ Palladio Bazzana

ALCHIMIE



# MYTHO- MANIAC

↓  
Anthro pop gonia,  
*Pigmalione*, 2015

↓↓  
Anthro pop gonia,  
*Leda*, 2015

IN MOSTRA AD ODERZO,  
LE ALLEGORIE  
DELL'UMANITÀ  
DI MUSTAFA SABBAGH



**Il noto artista Mustafa Sabbagh è stato protagonista dalle mostra personale Mytho-maniac allo Studio CreArte di Oderzo (30 settembre-13 novembre 2017).**

**Qui sotto pubblichiamo il testo critico di Carlo Sala tratto dalla monografia uscita in occasione dell'esposizione.**

“Quella sua bianca e incomparabile nudità scintilla contro uno sfondo di crepuscolo. Le braccia nerborute, braccia d'un pretoriano solito a flettere l'arco e a brandire la spada, sono levate in una curva armoniosa, e i polsi si incrociano immediatamente al di sopra al capo”. Queste sono le prole con cui Kochan, protagonista del romanzo *Confessioni di una maschera* (1948) di Yukio Mishima, descrive la visione in un libro del mirabile San Sebastiano (1615) di Guido Reni conservato a Palazzo Rosso a Genova. Il giovane ricorda come “nell'attimo in cui scorsi il dipinto, tutto il mio essere fremette d'una gioia pagana. Il sangue mi tumultuò nelle vene [...] quasi un empito di rabbia”. Il corpo martirizzato del santo diviene per lo scrittore giapponese il tramite per la scoperta della propria sessualità e per l'affermazione della propria identità in contrapposizione alle convenzioni sociali in cui questa era ingabbiata. Ma quello che Mishima ci rappresenta è pure l'effetto prodotto da una grande opera d'arte, che può destabilizzare, travolgere e far riflettere, imponendo un dialogo profondo capace di colmare persino le distanze storiche. La sovrapproduzione di immagini digitali tipica dell'ultimo decennio ha invece accentuato, tra le sue varie conseguenze, un analfetismo dello sguardo che si riverbera in chiavi di lettura preordinate e semplificate nella fruizione delle opere d'arte del passato per cui i modelli iconici sono a torto percepiti come distanti dal vissuto e per questo ritenuti algidi e inerti. Mustafa Sabbagh conosce bene il potere dei topoi visivi della storia dell'arte che nelle sue fotografie si innestano in una ricerca contemporanea perché, come ci ricorda lo storico dell'arte Georges Didi-Huberman, l'anacronismo è “la maniera temporale di esprimere l'esuberanza, la complessità, la sovradeterminazione delle immagini” trovando all'interno dello stesso scatto un “montaggio di tempi eterogenei”. Nelle opere di Sabbagh emergono dei motivi iconici richiamanti scientemente nella progettazione dell'immagine, figli di un inconscio (“memoria involontaria” come direbbero Marcel Proust e Walter Benjamin) perennemente nutrito da stimoli culturali che vanno dalle arti figurative alla letteratura, dal cinema alla musica, dal teatro fino alle tendenze underground e all'immaginario del web. Nei lavori del corpus *Onore al Nero* (2014 – in corso), pur non realizzando delle citazioni puntuali, è presente un tripudio di corpi dalle pose classiche dove convivono posture e modelli iconografici tratti dalla storia dell'arte (dalle civiltà antiche al Rinascimento, dal barocco alla cultura fiamminga) che diventano il veicolo formale a cui collegare alcuni temi esistenziali legati alla contemporaneità. A parte pochissimi elementi – come una sigaretta o una pistola – non vi sono segni che ricondu-

cono ad una temporalità precisa e anche il colore nero (con cui sono dipinti i corpi) astrae la narrazione, portando così ad una assolutizzazione dei temi trattati; inoltre, il cromatismo iterato sembra proteggere la nudità delle membra dagli sguardi giudicanti e liberarla così da ogni forma di omologazione e controllo. Per comprendere appieno questo lavoro, dove la ripresa di un modello convive pienamente con le tensioni individuali, è bene però fare un passo indietro e meditare sulla precedente produzione dell'artista. Com'è noto, Mustafa Sabbagh ha percorso una lunga carriera nell'ambito della fotografia di moda, collaborando negli anni Novanta con alcune prestigiose riviste internazionali, un periodo in cui una parte consistente della fotografia internazionale era connotata da un interesse per il reale per cui i principali temi trattati erano pertinenti alla sfera del quotidiano, rappresentato, senza censure, nei suoi vizi, debolezze, affetti,

sentimenti e nevrosi. In un simile contesto l'autore, pur dovendo realizzare dei servizi su commissione in un sistema dominato da canoni estetici ben precisi e funzionali alla pubblicitaria, è riuscito a non tradire il suo ardente desiderio di verità che ha insinuato nella fashion photography, muovendosi così in linea con gli autori che hanno portato avanti le ricerche più innovative (ad esempio Juergen Teller, Terry Richardson, ecc.). Alcune immagini di quegli anni sono contenute nel volume *About Skin* (Damiani, 2010) e testimoniano proprio questo sottile equilibrio che

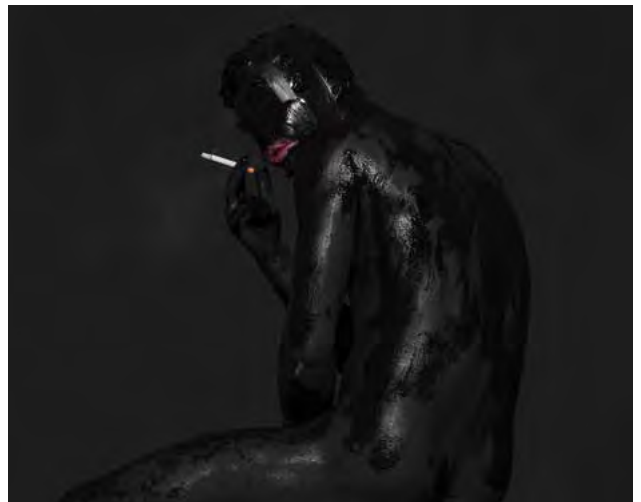
## **Mustafa Sabbagh ha percorso una lunga carriera nella fotografia di moda**

l'artista ha creato tra lo statuto progettuale dell'immagine e l'evocazione di un realismo emotivo attraverso una narrazione che, seppur costruita a tavolino, mira e porre al centro l'uomo con le sue inquietudini ed esigenze. Questa tensione dicotomica tra realtà e finzione è la vera radice del suo lavoro, ed ha successivamente condizionato la nascita della serie *Onore al Nero* dove le immagini di staged photography hanno l'ambizione di scandagliare interiormente la persona e rendere le figure ritratte degli archetipi della condizione umana nella sue varie sfaccettature. Negli scatti di questa serie è l'assenza di una linea prospettica ad estremizzare l'artificialità della narrazione, quasi che le figure fossero gli oggetti di uno still life: il fondale piatto obbliga lo sguardo a indugiare sui corpi, sulla pelle, sulla mimica facciale inscenata. Proprio dal contrasto tra la diversità dei due elementi fondativi della fotografia (progetto/costruzione – verità/psicologia) deriva la deflagrazione emotiva dell'immagine. Nell'installazione video *Chat-room* (2014) ad essere inscenata è l'ipotetica conversazione tra Gesù Cristo e Giuda ai tempi del web 3.0: le due figure religiose, calate nei panni di due giovani, sono l'emblema di una riflessione universale su amore, perdono e dolore che trascende la singola narrazione; a fare da paesaggio sonoro all'accadimento sono le registrazioni d'archivio di alcuni bombardamenti del Novecento (dalla seconda guerra mondiale al Vietnam) che appaiono come un grido di sofferenza per l'umanità intera. Un utilizzo di modelli classici (e precisamente dei miti antichi), piegati alla riflessioni contemporanee, è pure alla base dell'installazione *Anthro-pop-gonia* (2015). I sette video che compongono il lavoro sono improntati alla forma visiva del dittico (pur non

mantenendo la tradizionale simmetria delle ante) che prevede, in questo caso, l'accostamento tra presenza iconica e paesaggio. Se nei dittici di epoca romana era generalmente impressa la figura valorosa del console a cui era donato e in quelli medievali primeggiava quella dei santi, visti come *exempla virtutis*, al contrario i personaggi di Sabbagh hanno perduto la loro esemplarità diventando degli uomini comuni, anch'essi schiavi delle debolezze e patologie della società dell'immagine. Teseo è ritratto così nel momento in cui ha appena ucciso il Minotauro e, appagato per aver compiuto un atto violento, dal suo volto emergono uno sguardo spiritato e un ghigno inquietante: non ha nulla della fierezza di un eroe, semmai rivela la prepotenza di un giovane di strada. Arianna non è più disposta a tradire la sua patria per amore per cui il suo volto è carico di malizia; la natura bestiale del Minotauro emerge invece nell'atteggiamento narcisistico di un culturista di colore che si compiace della propria forma fisica; l'immagine di Leda è priva dell'algida eleganza della pittura rinascimentale e sopra la sua figura è proiettato esplicitamente un amplesso proibito; Pigmalione ha omologato la sua arte; e infine Morfeo, Ares sono protagonisti di sette *tableaux vivants* che prendono vita attraverso movimenti minimi che inscenano delle allegorie relative alla messa in discussione dei miti d'oggi (identità sessuale, famiglia, potere, razza), delle presunte certezze del presente, "idee, comodamente accovacciate nella pigrizia del nostro pensiero" che "non ci permettono di comprendere il mondo che viviamo e i suoi rapidi cambiamenti". Come ammonisce il filosofo Umberto Galimberti "a differenza delle idee che pensiamo, i miti sono idee che ci possiedono e ci governano con mezzi che non sono logici [...] sono comode, non danno problemi, facilitano il giudizio, in una parola ci rassicurano, togliendo ogni dubbio alla nostra visione del mondo". Per questo le figure de-mitizzate che popolano l'installazione di Sabbagh escono dai canoni delle narrazioni fondative e vogliono essere lo strumento per problematizzare e comprendere alcuni mutamenti che toccano l'uomo e la società del presente.

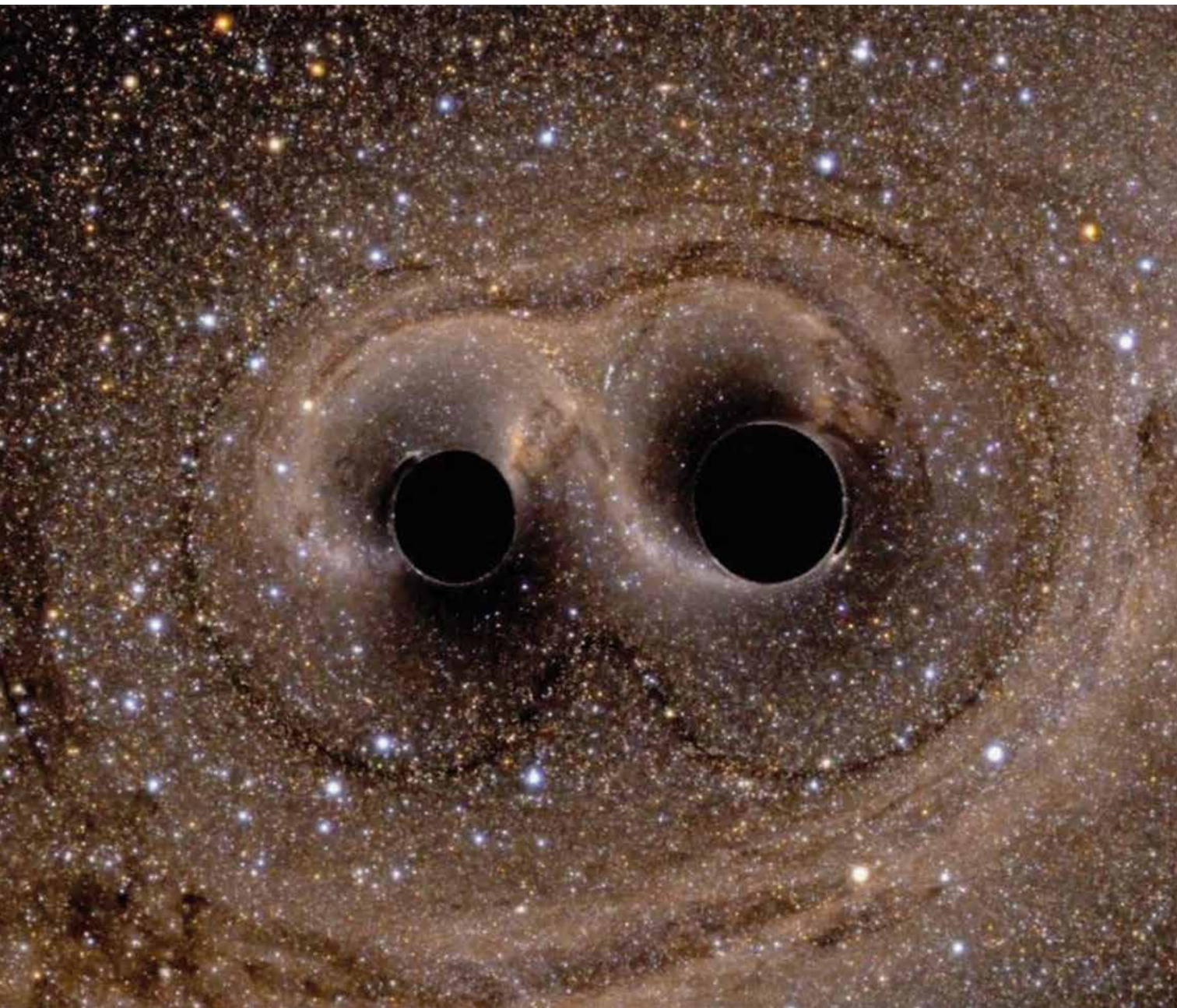
Carlo Sala

↓  
Mustafa Sabbagh,  
*Onore al nero*



# PRIMI A VEDERLE

DA PADOVA  
DENTRO IL MISTERO  
DELLE ONDE  
GRAVITAZIONALI



**L'esordio narrativo di Alessandro Macciò, giornalista del Corriere del Veneto, è la cronaca di una delle più grandi scoperte della fisica degli ultimi decenni, un libro alla ricerca delle increspature dello spaziotempo.**

Predette nel 1915 da Albert Einstein con la teoria della Relatività generale e pedinate dagli anni '60 con antenne sempre più sofisticate, le onde gravitazionali sono rimaste un mistero per cent'anni esatti. Tra passi avanti come l'osservazione indiretta del 1974, premiata con il Nobel per la Fisica a Russel Hul-

se e Joseph Taylor nel 1993, e occasioni perse come la supernova del 1987, esplosa nella nube di Magellano proprio mentre tutti i rivelatori sparsi per il mondo erano spenti, nessuno era mai riuscito a vedere le fugaci increspature dello spaziotempo, scaturite da fenomeni catastrofici distanti milioni di anni luce. Almeno non fino al 14 settembre 2015, quando due interferometri (rivelatori) della collaborazione internazionale LIGO-Virgo hanno captato un segnale del loro passaggio e hanno trasmesso l'allarme all'unico software programmato per elaborarlo in maniera tempestiva: i primi a vederlo sono stati Gabriele Vedovato del gruppo INFN Padova-Trento e Marco Drago del Max Planck Institute di Hannover, ex studente a Padova ed ex dottore di ricerca a Trento.

“Primi a vederle. Le onde gravitazionali, la scoperta del secolo e i ricercatori del gruppo INFN Padova-Trento”, edito da Padova University Press, parte proprio dalla sensazionale osservazione dei due fisici italiani per raccontare la storia di una sfida “lunga sessant'anni, sfiancante e dispendiosa, che aveva suscitato sconforto e scetticismo tanto nella scienza quanto nell'opinione pubblica per l'apparente inconcludenza degli sforzi messi in campo”.

Oltre a raccontare le premesse e le implicazioni di quanto accaduto il 14 settembre 2015, il libro ripercorre l'appassionante storia della caccia che ha coinvolto i laboratori del Nordest, sullo

sfondo delle svolte legate al progresso scientifico: dalle pionieristiche “barre di Weber” ai moderni interferometri, passando per le antenne criogeniche della rete IGEC.

Il software che ha riconosciuto il segnale non è stato l'unico contributo del gruppo Padova-Trento allo studio delle onde gravitazionali: un'ampia parte del libro è dedicata ad AURIGA, l'antenna criogenica costruita nei laboratori INFN di Legnaro su impulso di Massimo Cerdonio e Stefano Vitale, che ha mantenuto a lungo il titolo di rivelatore più sensibile del mondo. Nel libro c'è spazio per molte altre eccellenze del ter-

ritorio: Vitale coordina eLISA Pathfinder, progetto dell'ESA che punta a lanciare in orbita un interferometro spaziale; i fisici teorici di Padova e Trieste collaborano a Planck, missione dell'ESA che studia la radiazione cosmica di fondo e smentisce l'avvistamento annunciato nel 2014

dal team americano BICEP; gli esperti di ottica quantistica equipaggiano l'interferometro di Virgo; il gruppo INAF Padova di Michela Mapelli ha ispirato un articolo sulle novità astrofisiche della scoperta; Alvise Raccanelli, ricercatore a Baltimora, ha pubblicato un articolo che ipotizza una relazione tra le onde gravitazionali del 14 settembre 2015 e la materia oscura; Tito Dal Canton, collega di Drago ad Hannover, ha realizzato il sistema che il 25-26 dicembre 2015 compie la seconda rivelazione. Tra incidenti, battute d'arresto e falsi allarmi, Primi a vederle svela anche tutti i retroscena di un percorso a dir poco accidentato, che ha messo a dura prova l'entusiasmo e la perseveranza anche nei laboratori del Nordest. L'episodio più clamoroso riguarda SKA, un ambizioso progetto internazionale che punta a realizzare il radiotelescopio più grande del pianeta: dopo aver assegnato il quartier generale dell'iniziativa all'osservatorio INAF di Padova, infatti, il comitato organizzatore ci ha ripensato e ha affidato il compito al centro astrofisico di Lower Withington (Manchester) che in prima battuta aveva ricevuto una valutazione net-

tamente inferiore, stroncando così un giro da quattromila ricercatori all'anno che avrebbero potuto portare nuova linfa allo studio delle onde gravitazionali in Italia.

Dal canto suo, il gruppo Padova-Trento ha vissuto fasi di grande scoramento e incertezza: privi di rappresentanza politica all'Università di Padova dal 2010 e divisi dalla nascita di un consorzio che ha cambiato l'assetto della collaborazione dal 2012, i ricercatori del Nordest hanno perso qualche pezzo per strada ma non hanno mai gettato la spugna, nemmeno nel momento più difficile, nel 1999, quando AURIGA venne gravemente danneggiato.

## Una sfida lunga sessant'anni, sfiancante e dispendiosa, che aveva suscitato sconforto e scetticismo



# PRETI FRATI E GIUDICI

Il nuovo libro di Sante Rossetto "Pre-  
ti Frati e Giudici" edito da Canova, è un  
ampio affresco, dal concilio di Tren-  
to alla prima metà del Settecento, sul-  
la condizione socia-  
le, morale e spiritua-  
le del clero nella Se-  
renissima. Dalle sen-  
tenze del Malefizio,  
il tribunale penale,  
dell'Archivio di Sta-  
to di Treviso, l'au-  
tore ricava il quadro  
del comportamento  
di preti e frati in al-  
cune podesterie del-  
la terraferma vene-  
ta. Ne esce un'immag-  
ine abbastanza fosca e scarsamente e-  
dificante. Situazione peraltro non dif-  
ferente da altre parti d'Italia e d'Europa.  
Sacerdoti senza vocazione, frati che  
cercavano nel chiostro un rimedio alla  
miseria, fedeli impauriti dall'arroganza  
e protervia di chi avrebbe dovuto  
guidarli nella cura dell'anima.

Nel volume sono raccolti circa trecento  
casi di ecclesiastici finiti davanti al giu-  
dice per reati dall'omicidio alla rapina,  
dallo stupro alla sodomia, dal porto  
d'armi proibite al contrabbando, dalla  
rissa alla calunnia fino alla truffa.

La Serenissima, nella sua concezio-  
ne laica dello Stato, non faceva sconti  
a chi portava l'abito talare. Anzi ri-  
marcava che i ministri del culto avreb-  
bero dovuto dare il buono e non il cat-  
tivo esempio. Sacerdoti, tuttavia, talora

anche vittime della violenta reazione di  
qualche parrochiano.

Sante Rossetto, giornalista, è stato ca-  
poredattore del Gazzettino in alcu-  
ne città del Veneto.  
Accanto all'attività  
professionale ha col-  
tivato gli studi sto-  
rici con particolare  
attenzione alla sto-  
ria della stampa e  
del giornalismo tre-  
vigiano e veneto. Ha  
pubblicato con Can-  
nova nel 1999 Totila  
l'Immortale (secon-  
da edizione 2000),  
finalista al premio

Hemingway, Il barbiere di Treviso nel  
2003 in collaborazione con Pierluigi  
Tamborini, Quaranta racconti trevisani  
nel 2015 (più volte ristampato) e Gior-  
nali e giornalisti trevigiani nel 2016 (2a  
edizione 2017).

## Nel volume, trecento casi di ecclesiastici finiti davanti al giudice

↓  
Sante Rossetto



# TREVISO SUONA JAZZ

↓  
A Palazzo  
Giacomelli,  
Enrico Pieranunzi  
e Federico  
Casagrande

**IL JAZZ FESTIVAL  
CON EVENTI SOLD-  
OUT E UN PUBBLICO  
IN AUMENTO  
ANCHE DA FUORI  
REGIONE**



Grande successo per la terza edizione di Treviso Suona Jazz, il jazz Festival della città ideato e curato dall'Associazione culturale Urbano Contemporaneo, che per sette giorni ha coinvolto i luoghi di interesse storico ed artistico del centro storico, con incontri, workshop e concerti da tutto esaurito.

La manifestazione, che veniva già dalle ottime edizioni precedenti, è diventata un appuntamento fisso per la città e ha registrato sold-out consecutivi da inizio a fine programma coinvolgendo 100 musicisti, tra cui nomi prestigiosi del panorama jazz nazionale e internazionale, artisti premiati top jazz, che per la prima volta sono arrivati ad esibirsi in città con i loro progetti. Il festival è da sempre caratterizzato anche per la presenza di spettacoli gratuiti all'aperto con le big band dei Conservatori italiani, a cui quest'anno si sono aggiunte le "improvvisazioni per la città" con musicisti del territorio nei locali del centro, al fine di creare un evento diffuso.

Il tutto si è reso possibile grazie alle collaborazioni con il Comune di Treviso, con i Conservatori di Musica Agostino Steffani e Francesco Venezia, con Unindustria Treviso, con l'Associazione TRA Treviso Ricerca Arte e l'Associazione musicale Manzato.

Lo spettacolo inaugurale si è svolto negli spazi di Unindustria Treviso a Palazzo Giacomelli ove si è esibito un duo con la particolarità di essere l'unione di due generazioni di musicisti jazz italiani, come il pianista Enrico Pieranunzi e il chitarrista di origini trevigiane Federico Casagrande.

Nei giorni seguenti si sono esibiti in città artisti rinomati del panorama internazionale come il fisarmonicista Simone Zanchini, il saxofonista friulano-parigino Francesco Bearzatti con il suo pluripremiato Tinissima quartet, le big band dei Conservatori di Musica Steffani e Venezia con gli ospiti Mauro Ottolini e Fabio Petretti.

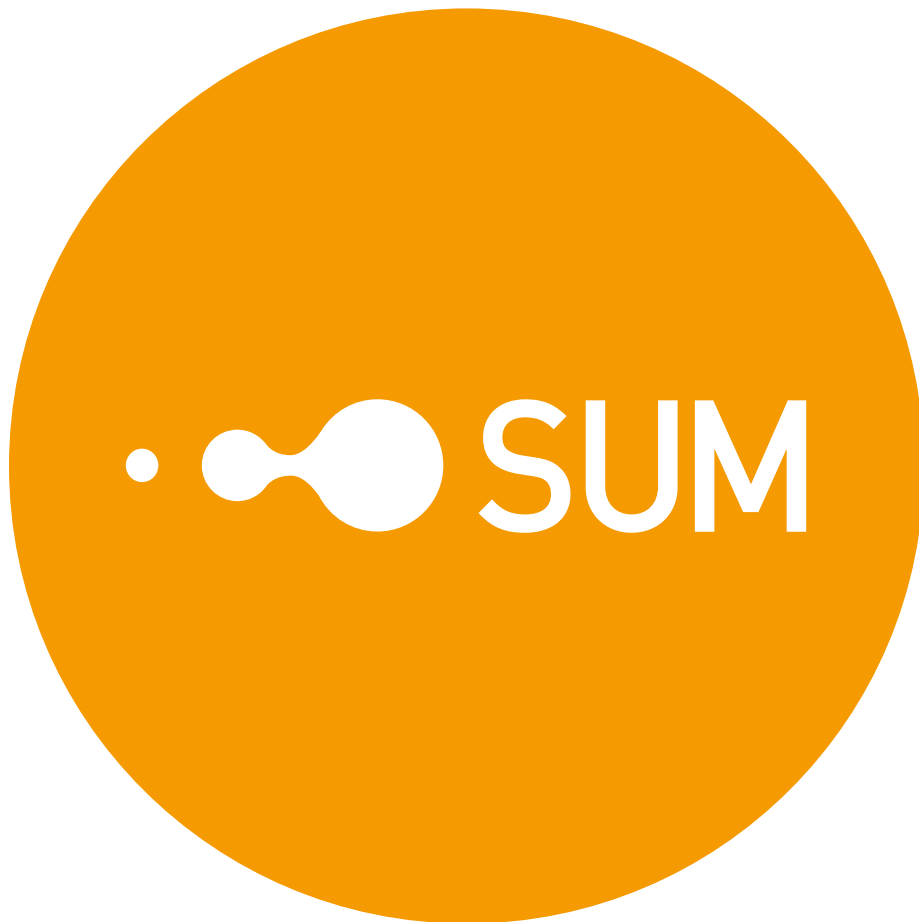
È da sottolineare la capacità di fare rete dell'Associazione curatrice, il consolidamento dei rapporti con i due importanti Conservatori di Castelfranco Veneto e Rovigo, e la realizzazione di workshop presso l'associazione musicale Manzato di Treviso. Sono aspetti di fondamentale importanza che dimostrano la crescita di un progetto che è in grado di dialogare con le realtà del territorio.

Numeri in crescita anche per quanto riguarda l'afflusso di pubblico non espressamente trevigiano. Treviso Suona Jazz ha saputo attirare l'interesse di un vasto pubblico proveniente anche da fuori Regione, "turisti ed appassionati hanno soggiornato in città nel corso del week end, possiamo dirlo con certezza in base alle richieste di prenotazioni in B&B e alberghi". Merito della sinergia instaurata con il Consorzio di Promozione Turistica Marca Treviso, media partner, e della particolare formula con un percorso di eventi tra i Palazzi e i luoghi di interesse artistico e architettonico della città, un connubio tra musica ed architettura, tema caro ad Urbano Contemporaneo.

Treviso Suona Jazz è un festival giovane, ambizioso e in forte crescita per i contenuti, i progetti e i numeri. "Sono felice che in soli tre anni ci sia stata una crescita tale, si è creato un valido gruppo di lavoro, che opera in armonia e lungimiranza, mosso dalla volontà di condividere un progetto di valore per la città, che vuole offrire nuove opportunità culturali e di aggregazione sociale. La prossima edizione è prevista per fine maggio 2018", dichiara Nicola Bortolanza, direttore artistico della manifestazione.

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





## ENERGIE ALLE IMPRESE



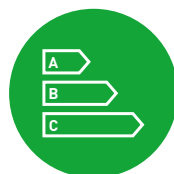
ENERGIA  
ELETTRICA



GREENER



GAS



EFFICIENZA  
ENERGETICA



CONSULENZE

**SERVIZI UNINDUSTRIA MULTIUTILITIES S.P.A.**  
Sede Legale e Operativa Piazza delle Istituzioni, 11 - 31100 Treviso TV  
Sede Operativa Venezia Via delle Industrie, 19 - 30175 Venezia Marghera VE  
Tel. +39 0422 294205 - [contact@sumspa.it](mailto:contact@sumspa.it) - [www.sumspa.it](http://www.sumspa.it)

indago  
ergo  
solvo

 **abbrevia**<sup>®</sup>  
indago ergo solvo

informazioni commerciali investigate  
indagini per recupero crediti  
investigazioni private e aziendali

Numero Verde  
800 911 764

abbrevia@abbrevia.it  
www.abbrevia.it