



MANAGER

VERONA ONLINE

Serate di Marca Il Made in Italy vince la partita



**Assemblea Privata
Confindustria Verona**
Confermata la squadra di presidenza

Expo 2015
Opportunità per le imprese

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

MANAGER
VERONA ON LINE

Anno 3 - Numero 15 Giugno 2015



→ Storia di Copertina

Storie e marchi di successo

Clicca qui

Verona Manager Online

è a cura di Confindustria Verona. Hanno collaborato a questo numero: Arianna Andrioli, Paola Bendinelli, Micol Bottacini, Valentina Bottega, Sara Callisto, Chiara Fasolo, Caterina Fenzi, Sonia Giovannoni, Eugenia Iannello, Liana Laiti, Sara Lovato, Francesco Pizzeghella, Elena Segattini.

Progetto grafico e programmazione di Bravo Communications.

PER CONTATTARE VR
MANAGER ON LINE
E PER LA PUBBLICITA' SULLA
RIVISTA
T. 0458099414 - 419
comunicazione@confindustria.vr.it

Editoriale di Giulio Pedrollo

- **3 - Dobbiamo ritrovare la spinta ad investire**

Storia di copertina

- **4 - Storie e Marchi di successo. Quattro nuovi brand e quattro nuove storie per l'edizione 2015**

Piazza Cittadella

- **18 - Assemblea Privata di Confindustria Verona. Confermata la squadra del Presidente Pedrollo**
- **20 - La Tua Idea d'Impresa. Gli studenti premiati per la migliore idea imprenditoriale**
- **25 - Giovani Imprenditori: aperte le porte agli start upper innovativi**
- **28 - Alta velocità. Verona nodo strategico**

Verso EXPO2015

- **30 - Opportunità per le Imprese. Una convenzione con l'Aeroporto e incontri B2B**

Rubriche

- **31 - Risparmia con Noi. Le convenzioni di Confindustria Verona**
- **33 - Nuove Associate** → **34 - Cittadella flash**

Aziende

- **39 - Morelato. L'arte del legno tra tradizione e innovazione**
- **42 - Nival Group Service. Un'impresa cresciuta insieme ai propri clienti**
- **45 - USI Italia festeggia 40 anni d'impresa.**

Focus Economia

- **48 - I prodotti "belli e ben fatti" guardano ad Est**
- **50 - Outlook positivo per l'economia italiana. Le previsioni del Centro Studi Confindustria**

Europa per le imprese

- **52 - Design e biotecnologie: due bandi interessanti per le aziende**



Dobbiamo ritrovare la spinta ad investire

I primi dati positivi ci stanno facendo riacquistare fiducia in un cambio di rotta dell'economia. Tuttavia dobbiamo riflettere sul fatto che si poggino sostanzialmente su fattori congiunturali esogeni che non rappresentano un'inversione di rotta strutturale del nostro sistema. Insomma stiamo **reagendo bene alle sollecitazioni esterne, ma non siamo ancora capaci di farcela da soli.**

Il cambio euro dollaro favorevole, il petrolio in discesa e le esportazioni che continuano a crescere, ci fanno bene: una crescita del PIL rivista pochi giorni fa al rialzo, una bilancia dei pagamenti in corsa, ordini dall'estero che arrivano danno ossigeno dopo anni di apnea. Ma al Paese serve, adesso e subito, **ritrovare la spinta ad investire.** Investire per aumentare la capacità produttiva e sostenere la domanda interna.

Questa la prossima sfida per il Governo.

Se infatti i segni "più" hanno dato una nuova iniezione di fiducia agli imprenditori che si è subito trasformata ad esempio nell'acquisto di macchine utensili non possiamo ignorare che il gap con gli investimenti pre-crisi è pari al 18%. Una spesa ancora zavorrata dal basso grado di utilizzo degli impianti, che rimane ancora al di sotto della media pre-crisi (76,6% tra 2000 e 2007). Ma anche dalla riduzione del margine operativo lordo che rispetto al valore aggiunto nel manifatturiero è crollato di oltre 10 punti percentuali contraendo le possibilità di autofinanziamento.

Appare chiaro perciò che occorre una politica di governo che possa spingere gli investimenti e di conseguenza il nostro PIL.

Qualche giorno fa è stato varato da Bruxelles il Piano Italiano **"Imprese e competitività"** con una dotazione di 2,4 miliardi di euro da impegnare nell'innovazione, ricerca, digitalizzazione, efficienza energetica e competitività delle imprese. Sono 9 i miliardi di valore delle privatizzazioni, sono 250 i milioni utilizzati in Veneto per la nuova Sabatini. Qualcosa si muove, insomma, ma ancora con troppa timidezza perché si possa parlare di una vera e propria politica di sviluppo.

Oltre alla chiusura della questione greca, come tutti ci auguriamo, con un **rafforzamento del progetto europeo**, speriamo veramente che sia arrivato il momento di superare la miope prospettiva del rigore senza adattamenti alla situazione reale. L'Italia, e soprattutto gli italiani, hanno affrontato grandi sacrifici per riconquistare un equilibrio sostenibile nei conti pubblici. Un risultato che deve essere un punto di partenza per **una nuova stagione di crescita e di interventi per lo sviluppo.** E' necessario però che gli altri Paesi superino le proprie paure che sono quei fantasmi che stanno spingendo le politiche europee a focalizzarsi sul mero equilibrio dei numeri di bilancio.

Ancora una volta la misura più equa, che crea meno distorsioni e non affida discrezionalità alla tecnoburocrazia è la **riduzione della pressione fiscale.** Questa sarebbe la vera manovra innovativa di politica industriale per sostenere le imprese ed il lavoro.

Raccogliere da molti per dare a pochi non è efficiente. Prelevare da tutti - nessuno escluso - prestando però attenzione a chi con il proprio lavoro crea valore anche per altri, questa sì che sarebbe la vera rivoluzione che il Paese, e i suoi cittadini onesti, attendono e reclamano.

Su questo, credo, ci giochiamo il nostro posto nel futuro delle economie avanzate.

Giulio Pedrollo

Presidente Confindustria Verona

“Per una vera e propria politica di sviluppo è necessaria meno timidezza”



Storie e Marchi di successo

Quattro nuovi brand, quattro nuove storie per l'edizione 2015

Forte del successo dei quattro appuntamenti che, nel **2014**, hanno contato la partecipazione di **530** imprenditori, è tornato **"Serate di Marca. Storie e marchi di successo"**, il progetto ideato da **Sandro Veronesi**, Vice Presidente di Confindustria Verona per lo Sviluppo della Reputazione d'Impresa.

Un nuovo viaggio che ha portato le imprese associate a Confindustria alla scoperta di 4 aziende veronesi forti dell'esperienza di 4 marchi di successo.

“Tutte le aziende, in ogni settore e di ogni dimensione, possono diventare marca”
Sandro Veronesi



Sandro Veronesi



Un percorso di condivisione delle scelte vincenti, degli eventuali errori, degli ingredienti che hanno prodotto marche note in tutto il mondo, attraverso il racconto diretto di ogni imprenditore, senza la mediazione di esperti. "Quattro momenti di riflessione su tutto ciò che fa marca, ma non in teoria, in pratica, come è stato vissuto da aziende veronesi" ha commentato Veronesi "L'obiettivo è quello di capire che tutte le aziende, in ogni settore e di ogni dimensione, possono diventare marca".

Dopo Pastificio Rana, Masi Agricola, Just Italia e Calzedonia, i protagonisti dell'edizione 2015, da marzo a fine maggio, sono stati **Fedrigoni S.p.A., INDEX Construction Systems and Products SpA, Zuegg Spa e Pellini Caffè Spa.**

Da sinistra: Giulio Pedrollo, Marco Pellini, Vanessa Carlon, Sandro Veronesi, Oswald Zuegg, Alessandro Fedrigoni

SERATE DI MARCA 2015
STORIE E MARCHI DI SUCCESSO

31 marzo
FEDRIGONI SPA
ore 17.00 | visita aziendale | Viale Piave, 11 | Verona
ore 18.30 | evento | Hotel Leon D'Oro | Via C. Fedrigoni, 2 | Verona

21 aprile
INDEX CONSTRUCTION SYSTEMS AND PRODUCTS SPA
Auditorium INDEX | Via Bellini, 29 | Castel d'Azzano
ore 17.00 | visita aziendale
ore 18.30 | evento

5 maggio
ZUEGG SPA
ore 17.00 | visita aziendale | Via Francia, 6 | Verona
ore 18.30 | evento | Hotel Crowne Plaza | Via Belgio, 16 | Verona

19 maggio
PELLINI CAFFÈ SPA
Via 1° Maggio, 8 | Bussolengo
ore 17.00 | visita aziendale
ore 18.30 | evento

Quattro nuovi appuntamenti in aziende veronesi che hanno costruito marchi di successo sui mercati finali, ma anche all'interno di filiere produttive.

Quattro nuove storie di imprenditori che hanno provato e affinato specifiche strategie di comunicazione.

Un nuovo percorso per scoprire e condividere le scelte vincenti, gli ostacoli, le materie prime che hanno prodotto brand veronesi noti in tutto il mondo.

Perché dentro ad ogni impresa può nascere un marchio di successo.

CONFINDUSTRIA Verona





Fedrigoni

Passione e volontà per arrivare all'eccellenza

Nec descendere nec morari. Né scendere né fermarsi. Il motto del Gruppo Fedrigoni racchiude anche la chiave del suo successo che il presidente del gruppo, Alessandro Fedrigoni, ha ben raccontato ai colleghi imprenditori durante il primo appuntamento di Serate di Marca.

Dopo la visita in azienda Alessandro Fedrigoni ha passato in rassegna le tappe cruciali dalla nascita 1717 la prima cartiera in Trentino mentre nel 1888 è stato aperto lo stabilimento veronese. "Mio padre è stato l'anima dell'azienda. Ha passato due guerre mondiali e ha costruito una cartiera in Sud Africa" ha raccontato con orgoglio ed emozione Alessandro Fedrigoni "È stato lui a puntare sulla qualità più che sulla quantità e ha dato slancio alle carte speciali e all'internazionalizzazione." Passione, merito e la volontà di essere i primi, i migliori in ogni cosa che si fa. Queste le parole chiave che si sono susseguite durante tutta la serata. "Se sei il più bravo

“Solo puntando sulla qualità arrivano i risultati”
Alessandro Fedrigoni

a fare un prodotto non ti serve essere il più 'grosso' – ha spiegato Fedrigoni - Per vincere la competizione è sufficiente essere il più grande" Puntare sempre sulla qualità perché solo così arriveranno i risultati. E i risultati per Fedrigoni non si sono certo fatti attendere come ha spiegato l'AD Claudio Alfonsi, dopo l'acquisizione della cartiera di Fabriano nel 2002 il fatturato è raddoppiato arrivando a 500 milioni di Euro e nel 2014 è stato pari a 873 milioni di Euro con una previsione per il 2015 di 916 milioni. Oltre 2.000 dipendenti, 12 stabilimenti - di cui 9 in Italia, 2 in Spagna e 1 in Brasile - 11 impianti di fabbricazione

2015

SERATE
DI MARCA

Giulio Pedrollo, Alessandro Fedrigoni e Sandro Veronesi

“Passione, merito e la volontà di essere i primi, i migliori in ogni cosa che si fa sono la chiave di ogni successo”

Alessandro Fedrigoni



a macchine continue, 7 impianti di macchine spalmatrici e 13.000 referenze prodotto in catalogo, il Gruppo vende i propri prodotti in oltre 110 Paesi nel mondo. Carta, carte speciali ed elementi di sicurezza (il Gruppo è l'unico produttore italiano di carta per banconote accreditato dalla Banca Centrale Europea per la produzione della carta filigranata dell'Euro) e converting i tre segmenti del mercato di Fedrigoni tutti in crescita. A questi si sono aggiunte le 11 Fabriano boutique situate in prestigiose città turistiche.

2015

SERATE
DI MARCA

Infine Chiara Mediola, responsabile marketing, ha descritto le strategie di comunicazione dell'azienda e ha raccontato i retroscena di ogni prodotto. Chi non ha disegnato sull'album Fabriano F4 star indiscussa del gruppo con oltre 4 milioni di pezzi all'anno? Ma Fedrigoni è anche linee di prodotti speciali con un'attenzione particolare al bello come Materica che si è aggiudicata l'oro al German Awards nel 2014. Una ricerca e innovazione continua" perché il coccodrillo che si ferma diventa una borsetta" ha concluso, parafrasando il motto aziendale in stile portoghese.

"Le parole con cui oggi Alessandro Fedrigoni ha raccontato la sua azienda le ho ritrovate tutte durante la nostra visita in azienda. 'Merito' l'ho visto chiaramente quando si è rivolto a un collaboratore complimentandosi

“Se sei il più bravo a fare un prodotto non ti serve essere il più ‘grosso’. Per vincere la competizione è sufficiente essere il più grande”

Alessandro Fedrigoni

per 'i numeri raggiunti', 'passione' l'ho vista quando ha raccolto una carta da terra e la 'qualità' quella si vede in tutta l'azienda che durante l'era digitale continua ad incrementare i propri risultati con un prodotto come la carta che tutti davamo per spacciato" ha concluso Giulio Pedrollo presidente di Confindustria Verona.

Guarda la gallery

La visita in azienda





Index Construction Systems And Products

L'esportazione è nel DNA

Il destino di Index è nel suo nome, "Industria per l'esportazione". Nata nel 1978 l'azienda ha fin da subito ha puntato sull'estero ed è all'estero che tutti possono ammirare le sue referenze. Dubai, Malaysia, Stati Uniti, Sud Africa. Sono solo alcune delle città dove i prodotti Index hanno contribuito alla costruzione di edifici diventati il simbolo di stati interi. Prova della qualità di un prodotto che trova forza nell'innovazione continua.

Dopo l'apertura dei lavori di Sandro Veronesi, Vice Presidente per lo sviluppo della reputazione d'impresa e ideatore del progetto, la parola è passata a Luigi Carlon, presidente di Index che si è alternato nell'esposizione con la figlia Vanessa.

"Il non cambiamento è sintomo di imminente estinzione" ha concluso così il suo intervento Luigi Carlon durante il secondo appuntamento di Serate di Marca storie e marchi di successo davanti agli imprenditori di Confindustria

"Il non cambiamento è sintomo di imminente estinzione"

Luigi Carlon

riuniti nell'auditorium Index. "Tutti in azienda devono vendere" ha spiegato Carlon "ogni collaboratore deve avere ben chiaro che chi conta è solo il cliente e il cliente va sempre ascoltato e deve trovare risposte rapide. Se non gli rispondiamo noi si rivolgeranno a qualcun altro". Durante la serata Carlon ha illustrato come sia stato costruito il marchio Index con un mix tra promozione tecnica, direct marketing, advertising, pubbliche relazioni e pubblicità sul punto vendita. In particolare la prima pubblicità nel 1978 con campagne above the line e dal 1983 invece con campagne stampa e

2015

SERATE
DI MARCA

La visita in azienda

spot radiofonici con slogan immediati per farsi conoscere anche da chi non è tecnico. "Ci vuole una grande tecnica per fermare una piccola goccia" e "Dove c'è Index non c'è umido" sono due degli slogan più conosciuti.

“Tutti in azienda devono vendere”

Luigi Carlon



Vanessa Carlon

Importantissima la comunicazione tecnica con guide alla risoluzione dei problemi e mini monografie ad esempio sul condominio dedicata agli amministratori condominiali.

La grande attenzione dell'azienda per la formazione ha portato nel 1997 alla realizzazione dell'auditorium Index dove vengono organizzati corsi per i tecnici che usano i prodotti Index. Dalla sua apertura ad oggi ha visto sedersi tra i propri banchi 55 mila persone.

A Vanessa Carlon invece il compito di descrivere l'ampia gamma di prodotti. "Fu l'italiano Giulio Natta ad inventare il polipropilene e nel 1963 venne insignito del premio Nobel per la chimica. Probabilmente qualcuno



2015

SERATE
DI MARCA

ricorderà il Moplen”.

Oltre alle storiche membrane impermeabilizzanti la gamma si compone anche di materiali per il contenimento dell'inquinamento, per l'isolamento acustico o per la costruzione di roof garden. Grande attenzione in particolare a tutto ciò che ruota attorno alle smart cities. Oggi Index ha oltre 1800 referenze esportate in oltre 100 Paesi e produce ogni giorno 180 km di prodotti. Conta 220 dipendenti, nel 2014 ha fatturato 120 milioni di euro, ha filiali commerciali a Londra e Parigi, partecipazioni nell'americana Bitec e collaborazioni con la multinazionale giapponese Ube. Investe, ogni anno, il 6-7% nella ricerca e l'8% nella comunicazione. "Index potrebbe anche essere l'indice che indica ai clienti con chiarezza i vantaggi" ha concluso Giulio Pedrollo, presidente di Confindustria Verona" ma è anche l'indice di Luigi che vede e indica la strada oltre la crisi”.



Il tavolo dei relatori

[Guarda la gallery](#)





Zuegg

Quattro generazioni d'amore per la frutta

“Il brand è come il frutteto: va irrigato con il sudore della fronte, concimato con la cultura e rinnovato con i semi delle nuove generazioni”. Con una metafora il Presidente Pedrollo ha reso omaggio al racconto dell'esperienza di vita e di uomo d'azienda. Protagonista Oswald Zuegg, una vita costruita sulla grande passione per il proprio lavoro e l'amore per la propria famiglia. Lo scenario è stato l'Hotel Crowne Plaza, martedì 5 maggio, per il secondo appuntamento dell'edizione 2015 di “Serate di marca”.

Zuegg festeggia nel 2015 i 125 anni di attività. E la storia del brand parte da lontano.

Era il 1860 quando, nel loro podere a Lana d'Adige, Ernst August e Maria Zuech, questo il cognome originario della famiglia - che diventerà Zuegg solo agli inizi del 1903 - cominciarono la coltivazione della frutta insieme ai loro 14 figli.

Nel 1889, Karl e Vigil, i due figli maschi maggiori,

“ *L'innovazione è la chiave strategica della crescita* ”

Oswald Zuegg

subentrarono alla guida dell'impresa di famiglia. Da qui inizia il successo Zuegg: nonostante le difficoltà legate dallo scoppio della Prima Guerra Mondiale, Karl riuscì a trasformare la piccola impresa agricola a gestione familiare in un'azienda moderna e strutturata. Nel 1917 l'azienda inizia la sua attività di trasformazione della frutta a Laces, in provincia di Bolzano, con i primi esperimenti per produrre marmellata di mele. È del 1923 invece il vero e proprio debutto nella produzione di confetture: un successo immediato, grazie alla qualità superiore delle sue marmellate che permetterà a Zuegg di conquistare i



2015

SERATE
DI MARCA

mercati di tutto il Nord d'Italia.

Con la terza generazione della famiglia, nei primi anni Cinquanta, Zuegg assume sempre più le dimensioni di una grande azienda, incrementando la produzione industriale di prodotti finiti e distribuendoli su tutto il territorio nazionale. Agli inizi degli anni 60' nascono le confetture: le prime prodotte senza l'ausilio di conservanti e coloranti. Una novità a cui seguono, nel 1962, la nascita di un nuovo stabilimento a Verona e la produzione dei semilavorati a base frutta: i complementi indispensabili di yogurt, crostate e gelati destinati alle maggiori industrie alimentari italiane e straniere.



Sandro Veronesi, Oswald Zuegg e Giulio Pedrollo

Il processo di innovazione ed espansione continua e nel 1985 Zuegg inaugura lo stabilimento di Avellino: un sede immersa nel cuore della natura dove avviene la prima trasformazione della frutta.

Con la quarta generazione della famiglia Zuegg prosegue la crescita dell'azienda su tutto il fronte europeo e nel 1991, per la prima volta dopo 100

“ *Prodotto, distribuzione e squadra sono i pilastri dell'azienda* ”

Oswald Zuegg

anni, parte della produzione viene spostata all'estero a Werneuchen, nei pressi di Berlino. Nato nella vicina Germania, il nuovo stabilimento si occuperà della produzione di semilavorati destinati al mercato nordeuropeo.

Nel 2001 ci sarà l'acquisizione dello stabilimento tedesco di Zörbig, vicino a Lipsia e nel 2002 avviene l'acquisto dello stabilimento di Elne vicino a Perpignan, in Francia.

Nel 2010 la presenza di Zuegg diventa sempre più internazionale. Ad aprile nasce Zuegg Austria GmbH, a Graz, per la commercializzazione in Austria e nei paesi Est europei dei prodotti a marchio Zuegg. A luglio apre infine un nuovo stabilimento in Russia, ad Afanasovo, per la produzione di semilavorati per l'industria. La presenza di Zuegg diventa sempre più capillare e accoglie l'ultima nuova sede commerciale, in Svizzera.

Importante frontiera sono gli USA: Zuegg raggiunge il mercato statunitense dove avvia accordi commerciali con Wal Mart. È un passo importante per un'azienda che unisce dimensioni sempre più globali a un cuore genuino e attento al territorio. Innovazione al servizio dell'artigianalità, per sapori dal respiro internazionale. Qual è il segreto del successo? “Prodotto, distribuzione e squadra” ha commentato Oswald Zuegg. “Una buona materia prima equivale ad un buon prodotto. E noi lavoriamo il prodotto come si farebbe in casa”.

2015

SERATE
DI MARCA

“È necessaria una bella porzione di empatia per gestire la squadra e capire dove sono i talenti”

Oswald Zuegg

Altra componente fondamentale è la filiera: tempestiva e capillare. E infine la squadra. “È necessaria una bella porzione di empatia per gestire la squadra e capire dove sono i talenti.”



Sandro Veronesi, Oswald Zuegg e la moglie, Giulio Pedrollo

Guarda la gallery

Oswald Zuegg sul palco





Pellini

L'arte del caffè, il potere del brand

Il mercato del caffè è molto particolare ha ricordato Sandro Veronesi in apertura dell'ultimo appuntamento di Serate di marca. È infatti composto da un grande leader e da moltissimi altri produttori dove già detenere l'1% della quota è un ottimo risultato.

Ed è in questo mercato che Pellini è riuscito ad affermare il proprio brand e a conquistare un'importante fetta di consumatori soprattutto famiglie.

“La storia di Pellini nasce nel 1922 – ha esordito Marco Pellini - si trattava di un laboratorio officinale e il caffè era uno dei suoi prodotti. Solo nel dopoguerra l'azienda ha deciso di dedicarsi interamente a questa lavorazione”.

E oggi possiamo dire con certezza che è stata una scelta vincente solo nel 2013 e 2014 le vendite sono aumentate del 21%, portando il fatturato a 60 milioni di euro. “L'Italia rappresenta il secondo importatore al mondo di caffè, il quinto consumatore di un prodotto

“*Pellini nasce nel 1922 come laboratorio officinale, il caffè era solo uno dei suoi molti prodotti.*”

Marco Pellini

che ha un tasso di penetrazione nelle famiglie pari al 90%” ha proseguito Marco Pellini dando un quadro del mercato nel quale opera la sua azienda.

In origine Pellini inizia a commercializzare il caffè attraverso un consorzio e solo negli anni 80 è stato scelto di puntare sul proprio marchio.

Ma il salto di qualità avviene nel 2008 quando da una ricerca commissionata ad Eruisko emerge che esiste una fetta di consumatori che nonostante la crisi è disposta a spendere di più per prodotti di qualità maggiore da qui i forti investimenti sulla linea Pellini TOP.

2015

SERATE
DI MARCA



Marco Pellini con la sua squadra, Giulio Pedrollo e Sandro Veronesi

Spingendo forte anche sulla comunicazione con lo spot "Particolare e Inconfondibile" Pellini diventa il terzo investitore in pubblicità della torrefazione, aumenta la propria quota di mercato con un +20% sulle famiglie e si proietta saldamente ad essere il quarto produttore di caffè in Italia.

“L'Italia rappresenta il secondo importatore al mondo di caffè e il quinto consumatore”

Marco Pellini

Grazie ad sistema di qualità e di analisi sensoriale sul prodotto effettuato da un'equipe di qualificati degustatori. Vengono affinati gusti e aromi che portano la linea PELLINI TOP Arabica 100% e la nuova linea capsule ad essere votata dai consumatori come SAPORE DELL'ANNO 2015, premiando l'inconfondibile qualità del caffè Pellini.



Marco Pellini, Giulio Pedrollo e Sandro Veronesi

“Queste serate ci hanno mostrato quattro modi di costruire il marchio, quattro modi di fare gli imprenditori e quattro immagini diverse”

Giulio Pedrollo



2015

SERATE
DI MARCA

Marco Pellini trasmette chiaramente ai colleghi imprenditori questa attenzione rigorosissima per la qualità e per le analisi del prodotto ma anche del mercato per capire nuove nicchie di consumatori e anticipare tendenze.

Oggi con l'apertura del mercato delle capsule il caffè Pellini è presente in 30 paesi e in continua espansione. "Queste serate ci hanno mostrato quattro modi di costruire il marchio, quattro modi di fare gli imprenditori e quattro immagini diverse.

Ma tutte ci hanno insegnato che il marchio non è un bel disegno che qualcuno ci può copiare ma è la nostra passione che nessuno potrà mai contraffare" ha concluso Giulio Pedrollo, presidente di Confindustria Verona.

“Il marchio non è un bel disegno che qualcuno ci può copiare ma è la nostra passione che nessuno potrà mai contraffare”

Giulio Pedrollo

Guarda la gallery





Assemblea Privata Confindustria Verona

Confermata la squadra del Presidente Pedrollo

Si è tenuta lo scorso 8 giugno alla Cantina di Soave Borgo Rocca Sveva l'annuale assemblea privata di Confindustria Verona che ha visto la conferma del programma delle attività e della squadra di presidenza di Giulio Pedrollo per il prossimo biennio che completa così il suo mandato quadriennale.

Il momento è stato l'occasione per tracciare **un primo bilancio della presidenza Pedrollo** che ha visto l'associazione farsi più forte. Più forte dal punto di vista interno come dimostrano le **oltre 2 mila aziende associate** che portano Confindustria Verona ad essere la **quarta associazione** tra le territoriali di Confindustria per numero di aziende. Più forte sul territorio con la **presenza dei rappresentanti di Piazza Cittadella in numerosi enti** e Istituzioni

economiche la Camera di Commercio, la Fiera, l'Aeroporto, il Quadrante Europa, VeronaMercato.

Confermate tutte le delega ai sette Vice Presidenti e tre Consiglieri Incaricati. Entra nella squadra **Paolo Errico**, Amministratore Delegato di Maxfone, Vice Presidente con la delega alla Piccola Industria. Errico succede a Luciano Barana giunto al termine del proprio mandato.

La squadra risulta così composta dai Vice Presidenti **Michele Bauli**, Sviluppo del business e reti d'impresa; **Carlo De Paoli**, Internazionalizzazione; **Paolo Errico**, Piccola Industria; **Alessandro Fedrigoni**, Centro Studi; **Paola Ferroli**, Servizi associativi innovativi;

Daniele Finocchiaro, Relazioni istituzionali;
Sandro Veronesi, Sviluppo reputazione d'impresa;
Franco Zanardi, Relazioni industriali e affari sociali.

Sono invece Consiglieri Incaricati: **Giorgio Adami**, Territorio e infrastrutture; **Bruno Giordano**, Innovazione e start up; **Silvia Nicolis**, Relazioni associative e marketing.

È Vice Presidente di diritto **Michele Lovato**, presidente dei Giovani Imprenditori che presiederà i temi dell'Università e della Scuola.

Giuseppe Riello mantiene la delega speciale per il progetto Expo 2015.

Il **programma del prossimo biennio** proseguirà

sui due binari di:

1) coesione e senso di responsabilità per continuare a supportare le imprese ad affrontare l'emergenza anche scegliendo strade alternative per salvaguardare l'impresa, l'imprenditore, i lavoratori e il tessuto produttivo del territorio

2) visione bifocale attraverso l'emergenza del breve senza perdere di vista lo scenario futuro.

Le linee delle attività si articoleranno seguendo macrotemi come internazionalizzazione, credito e finanza, sviluppo della reputazione d'impresa, innovazione e start up, networking, scuola e università, relazioni industriali e territorio e infrastrutture.

[Guarda la gallery](#)

[Programma di Presidenza
2015 - 2017](#)

Paolo Errico e Giulio Pedrollo





la tua idea d'impresa



La tua idea d'impresa

Gli studenti premiati per la migliore idea d'impresa

Si è conclusa la quarta edizione de "La Tua idea d'Impresa" il progetto di Confindustria che a Verona ha il sostegno della Fondazione Cariverona, che porta i ragazzi a sfidarsi nell'ideazione di nuovi progetti d'impresa.

Nove gli istituti in gara che si sono sfidati, sottoponendo ad una giuria di imprenditori dei brevi video che hanno illustrato la propria idea per un nuovo prodotto.

Nella sala convegni di Unicredit **Michele Lovato, presidente del Gruppo Giovani Imprenditori e Giovanni Sala, Vice Presidente Vicario della Fondazione Cariverona**, coordinati dalla giornalista televisiva Elisabetta Gallina, hanno dato vita all'evento di premiazione delle fasi provinciali. "Con questa iniziativa vogliamo fare in modo che i giovani siano attratti dal mondo dell'impresa", ha spiegato il

Presidente Lovato "Vogliamo partire dagli studenti per fare cultura d'impresa che non è solo business ma anche un insieme di valori". Fa eco il vicepresidente Giovanni Sala che ha evidenziato "Molte delle risorse che la Fondazione destina alle scuole sono utilizzate per la manutenzione degli edifici. A noi piacerebbe invece indirizzare i finanziamenti verso progetti di formazione".

La vittoria è andata al progetto "Foodback" realizzato dalle classi IV D Agli Angeli, IV A Giorgi e IV Al Marconi che hanno ideato la app "ThisPENSA" che aiuta a non dimenticare le scadenze dei cibi acquistati. Secondo posto per "Yo Yo", il portale online ideato dalla High School 3 A dell'Istituto Aleardi International School of Verona, che vuole essere punto d'incontro tra i bisogni e le aspettative del turista cinese e l'offerta dei clienti e gli operatori della provincia di Verona, dalle



agenzie viaggi ai tour operator, alle strutture ricettive e la ristorazione. Si sono classificati terzi i ragazzi della V AI, V CI, IPS Fermi con **"Appleboom"**, il succo di mela aromatizzato con fiori di sambuco e/o succo di melograno, ottenuto mediante estrattore.

Per tutti il premio è una **visita ad Expo2015**.

La **Fondazione Cariverona** ha istituito due premi speciali valutando positivamente: una particolare innovazione dell'idea progettuale del prodotto o il servizio proposto anche in termini di attenzione a temi di forte rilevanza sociale, completezza e coerenza del business plan redatto ed efficacia della comunicazione contenuta nei video di presentazione. Hanno trionfato secondo questi parametri i ragazzi dell'Istituto Anti con **"Security Speed"** una tuta da moto integrata di airbag e sensori che rilevano il segnale bluetooth inviato da un dispositivo applicato sulla moto. Secondo classificato il progetto **"Foodback"** degli Istituti Educandato agli Angeli, Giorgi e Marconi e terzo posto per **"Catchbus"**



Il progetto vincitore "Foodback"

dell'Istituto Don Bosco, la app per smartphone e tablet che indica il tempo necessario per raggiungere la fermata più vicina alla propria posizione per prendere il bus. A tutte le scuole vincitrici un ulteriore premio in denaro che va a sommarsi a quello che la Fondazione mette a disposizione per la gara.

Michele Lovato premia le classi IV D Agli Angeli, IV A Giorgi e IV AI Marconi e i loro docenti, primi classificati





LA CLASSIFICA DEI PROGETTI

9°
classificato

Sweet Socks

High School 3 B, Istituto Aleari, International School of Verona

Un sito Internet, un "acceleratore" di business internazionale, attraverso il quale i piccoli produttori di altissima qualità del distretto italiano della calza, potranno ampliare la loro notorietà e offrire la loro gamma esclusiva e personalizzabile di prodotti in tutto il mondo.

8°
classificato

Juliet's Factory

IV D Agli Angeli - IV A Giorgi - IV A I Marconi, Verona

Una Memory USB, a forma di cuore, che contiene diversi itinerari di Verona, con la possibilità di inserire contenuti multimediali personali sul dispositivo. Inoltre sono compresi sconti per ristoranti, locali o eventi scaricabili tramite dei codici contenuti nel dépliant.

7°
classificato

Top Safety System

IV D Agli Angeli - IV A Giorgi - IV A I Marconi, Verona

Un'idea per tutelare la sicurezza in campo lavorativo e privato, come all'interno di un nucleo familiare. L'obiettivo è garantire la progettazione e realizzazione di prodotti tecnici che vanno dalla rilevazione del fenomeno alla rimozione del singolo fattore di rischio permettendo così la riduzione degli incidenti e degli infortuni.

6°
classificato

Security Speed

V A II, Istituto Carlo Anti, Villafranca di Verona

L'idea è quella di costruire una tuta da moto integrandola di airbag e sensori che rilevano il segnale bluetooth inviato da un dispositivo applicato sulla moto. Il progetto è tra i 10 finalisti del Premio Innovazione. Saranno protagonisti della cerimonia ad Expo il prossimo 9 giugno



LA CLASSIFICA DEI PROGETTI

5°
classificato
(pari merito)

Catchbus

IV ITC, Istituto Don Bosco, Verona

Un'app per smartphone e tablet che indica il tempo necessario per raggiungere la fermata più vicina alla propria posizione per prendere il bus. La app personalizzata per età suggerisce il corretto tempo di percorrenza ed indica la posizione dell'autobus rispetto all'utente, mediante un localizzatore GPS. L'app prevede inoltre la possibilità di inserire preferenze per linee e fermate e darà anche l'indicazione di eventuali scioperi.

5°
classificato
(pari merito)

MenSana ®

Il AFM, Istituto Tecnico Sacra Famiglia, Castelletto di Brenzone sul Garda, VR

Il progetto riguarda la produzione di un'App per smartphone che combina un'alimentazione sana ed equilibrata con le moderne tecnologie. La dieta viene personalizzata in base ai bisogni specifici dei clienti, che possono, evitando code, scegliere un'opzione dal menu personale direttamente dal tavolo. Registrandosi la dieta viene salvata, e può essere aggiornata periodicamente. L'offerta può essere customizzata in base al tipo di cliente che richiede il servizio (mense scolastiche, ospedaliere etc).

4°
classificato

ProBoX

III E, IV A, IV G, Istituto tecnico tecnologico Ferraris, Verona

Computer di bordo ad alte prestazioni con costo ridotto e di facile installazione su qualsiasi autovettura. Migliora la sicurezza e i comportamenti di guida del conducente, sorveglia il sistema di diagnostica del mezzo mobile, controlla l'inquinamento dell'aria segnalando percorsi urbani alternativi. ProBoX è anche Hotspot con nuovissima tecnologia wireless mesh per fornire connettività permanente alla rete.



LA CLASSIFICA DEI PROGETTI

3°
classificato

Appleboom

V A I, V C I, IPS Fermi, Verona

Succo di mela aromatizzato con fiori di sambuco e/o succo di melograno, ottenuto mediante estrattore. Il prodotto assicura un più elevato tasso di nutrienti in confronto ad un succo ricavato con un processo tradizionale. Le vitamine, per esempio superano di sette volte quelle presenti in un normale centrifugato. Oltre a garantire la presenza di fibre come se si mangiasse un frutto intero, unisce anche le proprietà benefiche del sambuco e del melograno. Un succo buono e sano adatto a tutti.

2°
classificato

Yo Yo - Il portale del turismo cinese in Italia

High School 3 A, Istituto Aleari, International School of Verona

Un portale online, punto di incontro tra i bisogni e le aspettative del turista cinese e l'offerta dei Clienti, gli operatori (agenzie viaggi, tour operator, strutture ricettive, ristorazione) della provincia di Verona.

1°
classificato

Feedback

IV D Agli Angeli - IV A Giorgi - IV A I Marconi, Verona

L'azienda informatica Feedback nasce per agevolare il lavoro di registrazione del prodotto alimentare al fine di monitorarne la scadenza e provenienza. L'applicazione thisPENSA, semplice e alla portata di tutti, è inserita all'interno di un dispositivo mobile e si serve di registrazione mediante QR code. Lo scopo è di tutelare l'ambiente e allo stesso tempo risparmiare denaro. E' destinata a piccole-medie imprese e alle famiglie per un uso quotidiano.

[Guarda la gallery](#)



Giovani Imprenditori

Aperte le porte agli start upper innovativi

A Verona le società iscritte alla sezione delle **start-up innovative** del Registro delle Imprese al 31 dicembre 2014 sono 45: 34 operano nel settore dei servizi, 10 nel settore industria/artigianato e 1 nel commercio, su un totale di 3.267 start up italiane di cui 246 in Veneto. La **filiera dell'innovazione di Confindustria Verona** si è dunque attivata con molteplici progetti per supportare la strutturazione e lo sviluppo di queste nuove idee imprenditoriali, fenomeno, negli ultimi anni, sempre più in crescita. In questo contesto, i Giovani Imprenditori hanno deciso di dare un contributo concreto. Come? Attraverso la contaminazione positiva. Il **presidente Michele Lovato** ha infatti promosso una proposta di integrazione al regolamento per allargare la partecipazione al Gruppo anche al mondo degli start upper innovativi, la cui azienda fosse già iscritta a Confindustria Verona. Quest'iniziativa va a completare

“ A Verona le società iscritte alla sezione delle start-up innovative del Registro delle Imprese al 31 dicembre 2014 sono 45 ”

l'offerta dell'Associazione. Dal 2012, infatti, grazie al **progetto "Startup Welcome"** le startup innovative possono iscriversi gratuitamente a Confindustria Verona, sfruttandone tutti i vantaggi e i servizi, per due anni. I vantaggi dell'apertura alla partecipazione degli start upper al Gruppo sono molteplici. Da un lato incentivare la cultura d'impresa, cercando di favorire la crescita di nuove realtà imprenditoriali giovani



“Il Gruppo Giovani crede molto nel valore della sinergia con queste nuove realtà imprenditoriali”

Michele Lovato

e innovative. Dall'altro dare valore aggiunto al Gruppo in termini di esperienza, energia e visione, patrimonio tangibile che appartiene al mondo delle start up.

“Il Gruppo Giovani crede molto nel valore della sinergia con queste nuove realtà imprenditoriali” ha commentato il Presidente dei Giovani Imprenditori Michele Lovato “Credo siano una risorsa che potrà portare al nostro Gruppo un contributo importante in termini di innovazione e di energia positiva. Siamo vicini anagraficamente e per approccio alla vita imprenditoriale: la capacità di metterci in gioco e, a volte, rischiare, fa parte del nostro DNA.”

Con l'ufficializzazione dell'integrazione al regolamento dello scorso febbraio, nasce subito l'idea di un primo progetto di formazione dedicato agli start upper iscritti all'Associazione, alcuni dei quali neoiscritti e potenziali futuri membri del Gruppo Giovani. Il progetto è stato realizzato a quattro mani con **Bruno Giordano,**



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

“**Pianeta Start Up. Come tradurre progetti innovativi in imprese di successo**” è un percorso di quattro incontri, realizzati tra aprile e maggio 2015, finalizzato a sviluppare abilità e competenze specifiche per strutturare un'attività imprenditoriale attraverso linee guida sugli aspetti più rilevanti nell'avvio di un nuovo

La filiera dell'innovazione di Confindustria Verona

- **“Start up Welcome”** è stato il primo progetto che ha visto protagoniste le start up in Associazione. E' partito alla fine del 2012 e consente l'iscrizione gratuita a Confindustria Verona per due anni alle **nuove imprese innovative della provincia di Verona.**

- **Protocollo d'intesa con Cattolica Assicurazione**, siglato nel 2013, ha l'obiettivo promuovere iniziative sinergiche a favore di nuove attività imprenditoriali messe in pista da giovani.

- **Impresa per Impresa**, progetto nato a dicembre 2013, fortemente voluto dal presidente Giulio Pedrollo, è l'acceleratore di Confindustria Verona con la finalità di creare un circuito virtuoso di contaminazione tra startup e aziende già strutturate del territorio.

- **Collaborazione con l'Università degli Studi di Verona**, sempre più solida grazie all'impegno congiunto e coordinato per la promozione e il sostegno di nuove iniziative imprenditoriali, ha portato anche all'adozione da parte di Confindustria Verona di spin off nate all'interno del panorama universitario.



“*Nel vastissimo mondo delle start up è fondamentale, per affermarsi, puntare sulle proprie competenze e creare una squadra di persone che condividano la propria idea d'impresa*”

Bruno Giordano

progetto innovativo, partendo dall'idea per arrivare al suo sviluppo concreto. L'analisi è spaziata dall'individuazione delle competenze alla costruzione del team, e ancora dalla realizzazione di un business plan all'analisi del mercato, passando attraverso possibili problematiche legali e la proprietà intellettuale e industriale.

“Il mondo delle start up è vastissimo” ha dichiarato

Bruno Giordano “moltissimi provano ad entrarvi ma non sempre riescono ad esprimere un vero valore aggiunto. E' fondamentale quindi, per affermarsi, puntare sulle proprie competenze e creare una squadra di persone che condividano la propria idea imprenditoriale”.

Partner dell'intera iniziativa è stato “Progetto di Vita. Cattolica per i Giovani”, un'iniziativa di responsabilità sociale di Cattolica Assicurazioni con sede a Verona, che offre ai giovani in maniera totalmente gratuita consulenze e servizi di orientamento, formazione e conoscenza del mercato del lavoro. La sede del progetto ha ospitato alcuni degli incontri e per i profili di potenziali start upper dai 18 ai 35 anni, “Progetto di Vita. Cattolica per i Giovani” ha messo a disposizione i propri formatori per due incontri di orientamento focalizzati sull'analisi della competenze imprenditoriali, un momento indispensabile per chiunque voglia avviare una nuova impresa.





Alta Velocità

Verona nodo strategico

Il sistema ferroviario italiano ad Alta Velocità/Alta Capacità si sviluppa per circa 1000 km attraversando buona parte del territorio nazionale e collegando Torino a Salerno, passando per Milano. Il dibattito progetto di ampliamento prevede l'implementazione di due assi trasversali Genova-Milano e Milano-Trieste per consentire un traffico promiscuo di treni passeggeri e di treni merci sulle lunghe e medie percorrenze, in modo tale da permettere un'integrazione con la rete ferroviaria esistente per il tramite di numerose interconnessioni e, in prospettiva, il collegamento con la rete AV europea. Grazie al progetto dell'Alta Velocità/Alta Capacità infatti, i grandi Nodi ferroviari di Torino, Milano, Verona, Bologna, Firenze, Roma e Napoli sono in corso di potenziamento e riorganizzazione.

Il progetto del nodo di Verona per l'Alta Velocità permetterebbe di **incrementare la**

capacità del sistema ferroviario locale grazie alla realizzazione dei nuovi corridoi TEN-T Scandinavo-Mediterraneo e Mediterraneo che si interconnettono appunto a Verona.

L'intervento, ad oggi allo studio, si propone **quattro principali obiettivi con importanti ricadute a livello regionale**. In primis si vorrebbero potenziare le relazioni di traffico merci e passeggeri con le diverse modalità di trasporto tra il Veneto, il resto d'Italia e l'estero. Secondo obiettivo sarebbe di fluidificare l'attraversamento del Veneto da parte di relazioni di traffico, soprattutto merci, aventi origine e destinazione esterna al territorio regionale, con minimizzazione dell'impatto negativo sul sistema insediativo regionale, sull'efficienza delle relazioni interne e sulle risorse ambientali. E ancora riorganizzare il trasporto pubblico



regionale e locale nelle aree a più alta intensità insediativa e più in generale nell'area centrale veneta, nonché nelle parti di territorio ove meno efficiente è oggi il trasporto pubblico e realizzare una rete ad alta tecnologia per la trasmissione delle informazioni a scala regionale da interconnettere, in prospettiva, con reti nazionali ed europee.

Ma quali potrebbero essere le **opportunità da cogliere** con questo intervento per il nodo di Verona?

- Nuova stazione aeroporto: la deviazione della linea per Mantova sposterebbe la stazione di Dossobuono in prossimità dell'edificio "partenze" dell'Aeroporto Catullo.
- Nuova uscita per la Fiera e Verona Sud
- La realizzazione della nuova stazione della TAV a Porta Nuova e la contemporanea trasformazione urbana dell'ex scalo merci consentirebbero di realizzare un accesso alternativo a sud della stazione stessa che faciliterebbe il raggiungimento sia della Fiera che dei grandi interventi di riqualificazione urbana limitrofi quali l'ex "Ghiacciaia" e l'ex Manifattura Tabacchi).
- Un rafforzamento del sistema ferroviario metropolitano

usando vecchie e nuove stazioni (da Ca'di David a Domegliara, da Porta Vescovo al Quadrante Europa) ed una razionalizzazione dell'interscambio gomma ferro per il trasporto passeggeri.

Ma non dimentichiamo le possibili opportunità che sia i cantieri che i nuovi ponti sull'Adige possono generare per migliorare la viabilità di Verona Sud.

- Un asse stradale contiguo all'intervento ferroviario dalla 434 alla T4-T9 fino a Verona Est (Medianina)
- Una strada da Basso Acquar allo Stadio, in prossimità dello svincolo verso la tangenziale che va al casello autostradale di Verona nord.
- Il prolungamento del raccordo stradale con lo scalo merci del Quadrante Europa fino a via Fenilon.

Infine un buon ritorno potrebbero averlo anche i cittadini della zona. L'area dismessa di 500 mila metri quadrati compresa tra la linea della ferrovia, Viale Piave e Stradone Santa Lucia potrebbe essere utilizzata per valorizzare, con adeguati servizi, la trasformazione di Verona Sud, sia per la realizzazione di una zona verde a beneficio del quartiere, sia per la creazione di un nuovo centro di interesse per la città di Verona.



Opportunità per le imprese.

Una convenzione con l'Aeroporto e incontri B2B

In occasione di Expo 2015 è stata siglata una **convenzione con l'Aeroporto Valerio Catullo** a favore delle aziende associate a Confindustria Verona, per offrire **l'acquisto a canone speciale di spazi pubblicitari nelle diverse aree dell'Aeroporto per tutta la durata dell'Esposizione Universale**. Le condizioni speciali prevedono sconti dal 20% al 45% ai prezzi di listino e sono organizzate in pacchetti di offerte diversificate per incontrare ogni tipo di esigenza di budget e visibilità.

Expo 2015 è anche un'imperdibile occasione per incontrare operatori commerciali esteri, promuovere le eccellenze e le competenze aziendali. A questo fine si segnala l'iniziativa **Expo Business Matching**, promossa da Expo Milano 2015, in collaborazione con la Camera di Commercio di Milano, Promos, Fiera Milano e PwC. Si tratta di una **piattaforma web ideata per intercettare le opportunità di business ed avviare relazioni commerciali**

e contatti B2B durante la Manifestazione Universale di Milano.

Il funzionamento è molto semplice: attraverso un abbinamento tra le caratteristiche indicate da ciascuna impresa al momento della registrazione (tipologia di azienda, prodotti, mercati di riferimento...) e la disponibilità temporale prescelta, vengono proposti dei "match" con operatori commerciali corrispondenti alle caratteristiche indicate. Inoltre, la registrazione alla piattaforma comporta l'acquisizione di una serie di servizi e benefici (due biglietti di ingresso al sito espositivo di Expo Milano 2015; visibilità e accesso a un network internazionale di imprese ed organizzazioni; accesso a un set di strumenti e pubblicazioni per le imprese realizzati da PwC, Promos e selezione di materiale e informazioni chiave appositamente raccolto per le aziende e PMI italiane interessate ad espandersi all'estero). Il servizio prevede una fee d'accesso ed un costo contenuto per ogni incontro svolto.

→ **Maggiori informazioni**



Risparmia con noi: le convenzioni di Confindustria





Scopri tutti i vantaggi nell'area del sito "Risparmia con noi"

Per maggiori informazioni

Area Relazioni Associate

tel. 045 8099403 - 452

organizzazione@confindustria.vr.it



Nuove Associate

Conosciamo alcune delle aziende che sono entrate in Confindustria Verona



GIRELLI BRUNI SRL

GIRELLI BRUNI produce dal 2004 capi «cut&sewn» uomo, realizzati interamente in Italia con materiali pregiati e di altissima qualità manifatturiera, distribuiti nelle migliori Boutique e Luxury store. L'azienda opera in una nicchia di mercato rendendo prodotti eccellenti, una scelta di preferenza per Manager, Imprenditori, Professionisti e Amanti dello Stile.

[→ Vai al Sito](#)



AMBROSIA CHEF SRLS

AMBROSIA CHEF propone servizi banqueting di qualità, partendo dalla scelta della materia prima, fino alla cura nella presentazione del cibo, unite all'originalità degli allestimenti e dei complementi scenografici. I servizi: Banqueting, Restaurant, Corsi di cucina, Show cooking, Food & beverage consulting, Catering Express.

[→ Vai al Sito](#)



BERTOLASO SRL

BERTOLASO è un'azienda che opera nel campo delle lavorazioni meccaniche da oltre 40 anni. Esegue lavorazioni meccaniche di tornitura, fresatura e bilanciatura su svariati tipi di materiali. Grazie all'uso di moderne tecnologie e ad uno staff specializzato, è oggi in grado di soddisfare tutte le esigenze legate anche a lavorazioni complesse.

[→ Vai al Sito](#)



ISTITUTO ALEARDO ALEARDI

ISTITUTO ALEARDO ALEARDI, pluricertificato e pluripremiato dal 1948, opera nell'istruzione di studenti da 3 a 18 anni, ora diretto da Luciana e Grazia Nalin. Dal 1996 è unica scuola internazionale a Verona con didattica innovativa in inglese e percorsi in cinese, tedesco, spagnolo per un futuro d'eccellenza.

[→ Vai al Sito](#)

Cittadella Flash

L'Est Veronese incontra l'Amministrazione Comunale



Beatrice Dal Colle e il Vice Sindaco di San Martino Buon Albergo Franco Giacomo De Santi

L'oleificio Fontanara di San Martino Buon Albergo, azienda produttrice di olio extravergine di oliva a marchio, ha ospitato l'incontro territoriale promosso da Beatrice Dal Colle, rappresentante dell'Est Veronese di Confindustria Verona, al quale hanno partecipato diversi esponenti del Comune di San Martino Buon Albergo e numerose associate del territorio.

I temi esaminati hanno riguardato la tratta dell'infrastruttura ferroviaria AV/AC, la connettività, la semplificazione in materia edilizia e la fiscalità locale. E' emerso che il passaggio della TAV nel tratto comunale, nonostante i problemi anche burocratici, non comprometterà nessuna attività produttiva. Si sta diffondendo la banda larga nel territorio grazie a due importanti progetti di collegamento internet. Sulla semplificazione, lo Sportello Unico Attività Produttive comunale offre assistenza ai cittadini e alle imprese agevolando le pratiche, anche se non diminuisce il peso burocratico né la semplificazione delle stesse. Sul tema caldissimo della fiscalità locale il Comune è in difficoltà sugli interventi generali di manutenzione a causa dei tagli sui trasferimenti dallo Stato, sta quindi valutando come risparmiare cercando di non incidere troppo sulla qualità dei servizi. Proposte e suggerimenti dalle imprese su questi temi sono ben accetti.

www.fontanara.it

Villa della Torre ospita l'incontro territoriale del Lago e Collina Veronese



Da sinistra a destra: Giovanni Viviani, Roberto Grison, Mirco Corrado Frapporti, Raffaele Boscaini, Roberto Albino Zorzi, Mario Simone Lonardi

L'evento, promosso da Raffaele Boscaini, consigliere delegato del Raggruppamento Territoriale del Lago e Collina Veronese di Confindustria Verona, è stato ospitato dalla casa vinicola Allegrini nella splendida Villa della Torre.

Ospiti i Sindaci dei Comuni di Fumane, Marano di Valpolicella, Negrar, San Pietro in Cariano e Sant'Ambrogio di Valpolicella, e le aziende del territorio associate a Confindustria Verona.

Si è dibattuto su attività economiche, infrastrutture, banda larga e semplificazione edilizia. Gli amministratori collaborano già attivamente tra di loro su questi temi e si impegnano ad incentivare le attività imprenditoriali, auspicando al potenziamento delle reti e dei depuratori delle acque reflue comunali per agevolare le attività vinicole, e favorendo gli interventi infrastrutturali. E' forte l'esigenza di una maggiore semplificazione per consentire gli investimenti e le ristrutturazioni edilizie sul territorio. La complessità della diffusione della banda larga è dovuta alla mancanza di copertura in alcune aree comunali della Valpolicella.

Gli amministratori hanno chiesto di instaurare una collaborazione continua nel tempo con il mondo produttivo perché ritengono che il valore di questi confronti ricadrebbe in maniera positiva su tutte le componenti della società.

www.villadellatorre.it

Le Sezioni merceologiche si incontrano “a casa” delle aziende associate



Riunione in Infracom Italia SpA

La **Sezione Servizi Innovativi e Tecnologici** si è riunita mercoledì 15 aprile nella sede di **Infracom Italia SpA** che ha accolto gli imprenditori illustrando loro la Control Room, innovativo sistema di monitoraggio del funzionamento della dorsale in fibra ottica sul territorio nazionale. Ospite della riunione, Gianni Potti, Presidente del Comitato Nazionale di Coordinamento Territoriale (CNCT) della federazione di settore Confindustria Servizi Innovativi e Tecnologici, che ha presentato il progetto “Verso la fabbrica 4.0” orientato a disegnare politiche industriali a livello europeo che accelerino l’integrazione tra manifatturiero e innovazione tecnologica.

Numerosi i temi trattati durante l’incontro. In particolare si sta lavorando ad un progetto relativo a creare nuove opportunità di business tra le imprese oltre che a sviluppare attività a seguito della stipula della convenzione con Università e Comune di Verona per collaborazioni su progetti di innovazione e ricerca sostenuti da bandi europei e i bandi regionali.

“Sono molto soddisfatto, ha affermato **Michele Zanella, Presidente della Sezione**, delle attività che stiamo portando avanti sia a livello locale che provinciale. L’obiettivo è di intensificare il network tra le aziende in modo da favorire nuove occasioni di business”.

Prosegue con sempre maggiore interesse l’iniziativa lanciata lo scorso anno dal Presidente **Gianni Dalla Bernardina, Presidente della Sezione Chimici e Farmaceutici, e dalla Delegata Vanessa Carlon**. L’idea vuole evidenziare l’impegno delle aziende verso tematiche innovative quali l’ambiente e la responsabilità sociale d’impresa. La prima riunione della sezione del 2015 è stata ospitata mercoledì 18 marzo da **GlaxoSmithKline SpA**. Prima dell’incontro, gli imprenditori sono stati accompagnati in una breve visita ad una nuova e innovativa area aziendale open-space che riprende il concetto di “smartworking”, che si caratterizza per un’organizzazione del lavoro flessibile e autonoma nella scelta degli spazi lavorativi. Il Dottor Di Domenico - Direttore Affari Istituzionali e Comunicazione- ha illustrato come GSK stia investendo anche attraverso diversi progetti sviluppati in più aree mondiali. “Sono molto felice -spiega Gianni Dalla Bernardina- di aver dato il via a questo progetto itinerante che sono certo offrirà alle aziende del comparto un’opportunità per raccontarsi e condividere le esperienze ed i successi già realizzati oltre a manifestare quanto si adoperino e prestino attenzione a questi importanti aspetti”.



Responsabilità Sociale d'Impresa: percorso formativo innovativo per i Giovani Imprenditori



Si è da poco concluso il progetto formativo finanziato dal Fondo Sociale Europeo dei Giovani Imprenditori di Verona sul tema della Responsabilità Sociale d'Impresa, fortemente voluto dal Presidente Michele Lovato, pensato e strutturato dal Vice Presidente con delega proprio alla Sostenibilità e alla Responsabilità Sociale d'Impresa, Laura Cremonesi.

Si è trattato di un percorso di 6 mesi, da novembre 2014 a fine aprile 2015, che ha coinvolto 13 imprenditori in sei incontri con sede in altrettante aziende del territorio. L'obiettivo è stato quello di creare un momento di informazione e di dibattito con professionisti affermati, docenti universitari e rappresentanti istituzionali sul tema della cultura sostenibile, per far leva sullo sviluppo di questi concetti, globalmente sempre più sentiti, in azienda.

"Riflettere sulle implicazioni di natura etica all'interno della visione strategica d'impresa sta diventando sempre più diffuso nelle grandi, medie ma anche piccole imprese" ha commentato il Vice Presidente Cremonesi "Abbiamo cercato di affrontare questo tema innovativo in maniera strutturata, a 360°, per permettere a tutti di cogliere spunti e attività immediatamente trasferibili nella propria realtà aziendale e, perché no, nella vita di tutti i giorni."

Nuovo Progetto Di Collaborazione tra Confindustria Verona e Finest



Mediante **un'operazione promossa in collaborazione con Confindustria Verona** nell'ambito di un **accordo di collaborazione in materia di sostegno all'internazionalizzazione**, Finest SPA, società finanziaria per il sostegno ai progetti di internazionalizzazione delle imprese del Nord Est, è entrata nel capitale della società BISSOLO GABRIELE FARM, azienda agricola di 3000 ettari dal 2009 presente in Bielorussia. Grazie a questa operazione il Gruppo Bissolo ha potuto beneficiare di strumenti di finanza agevolata collegati all'operazione per la realizzazione di un centro stoccaggio e lavorazione ortaggi, trovando in Finest un partner capace di guidarlo al meglio nelle sue strategie e nei suoi progetti complessivi di sviluppo internazionale. Il mercato estero resta quello principale per le vendite del Gruppo Bissolo. "Il nostro Gruppo trova stabilmente riferimento nella terra veronese. Non può che essere così" afferma Gabriele Bissolo, Presidente della società "Abbiamo percepito l'importanza di puntare sull'export per far crescere la nostra società, così come abbiamo trovato terreni e strutture favorevoli per alcune produzioni specifiche all'estero. Vendiamo i nostri prodotti con il marchio Bissolo, che trasferisce la qualità italiana nel settore agricolo e alimentare. Il nostro obiettivo è quello di produrre all'estero, rispettando i nostri collaudati standard di produzione, in modo da fornire al cliente un made in Italy competitivo". In un quadro generale in cui internazionalizzare diventa sempre più una necessità per le imprese del territorio, Mauro Del Savio, Presidente di Finest Spa, dichiara di aver investito con un partner dinamico in un settore di grande interesse: "Puntiamo molto sul sostegno al settore agroalimentare e agroindustriale italiano all'estero. Si tratta di imprese che tramandano antiche capacità e qualità del nostro paese, per le quali siamo riconosciuti nel mondo, così anche come produttori di tecnologie per il settore. Pensiamo che affermare sui mercati internazionali i nostri prodotti e le nostre capacità nell'ambito della produzione alimentare rappresenti, tra l'altro, la barriera più efficace contro i tentativi di riproduzione con origine diversa".



 MORELATO

EBANISTERIA ITALIANA

MORELATO

L'arte del legno tra tradizione e innovazione

Nel gioco del "se fosse", la Morelato sarebbe un tavolo di legno massello che poggia su quattro solide gambe: tradizione, territorio, innovazione e cultura. La filosofia che da sempre guida l'attività di Morelato S.r.l., ebanisteria situata nel cuore della pianura veronese, ha radici profonde nella tradizione artigiana locale e si proietta verso le nuove tendenze del design arrivando a concepire il mobile come oggetto d'arte.

La Morelato nasce come bottega artigiana nella seconda metà del Novecento grazie all'amore per il legno di papà Aldo. Un amore cresciuto nel tempo e che oggi conta più di una ventina di dipendenti, molti dei quali maestri artigiani di prim'ordine. Un'eccellenza tutta veronese che testimonia la perfetta sintesi tra tutela della storia e tradizione artigiana locale e intensa attività di ricerca e sperimentazione. Operazione, questa, niente affatto facile data la pesante crisi che ha investito il

settore del mobile negli ultimi anni.

Non c'è sviluppo senza crescita culturale, esordisce con passione Giorgio Morelato, art director dell'azienda di famiglia, che ci accoglie nello showroom di Palazzo Taidelli a Sanguinetto. E' ormai un dato di fatto – prosegue – che, laddove la concorrenza si basa sul prezzo, per i prodotti italiani sia una gara definitivamente persa. Ma non tutti i settori sono caratterizzati esclusivamente dalla concorrenza di prezzo, molti si distinguono invece per la qualità, l'innovazione, i valori immateriali. A questo deve puntare il distretto del mobile: ritornare a valorizzare il vero patrimonio del distretto, che è la tecnica artigianale e la capacità di produzione artistica. In un momento come quello attuale per contrastare gli effetti della globalizzazione occorre approfondire i propri legami con il territorio attraverso il recupero della propria storia, della propria identità culturale.



Storia, tradizione e cultura non potrebbero trovare cornice più suggestiva di Villa Dionisi, splendida villa veneta del Settecento situata in località Cà del lago a Cerea. La villa è sede della **Fondazione Aldo Morelato**. La Fondazione – spiega Giorgio Morelato – è un omaggio a mio padre e costituisce un investimento in cultura e ricerca. Credo che ogni impresa rispecchi un modello culturale di pensiero e di azioni produttive, di ricerca e di tecnologie. Nel tempo questo modello si concretizza in documenti, testimonianze e prodotti che rendono unica e distintiva la storia aziendale. Da qui l'esigenza di non disperdere, ma anzi valorizzare, diffondere e approfondire il proprio modello storico, la propria filosofia produttiva che in buona parte la Morelato deve al suo fondatore.

La Fondazione porta avanti diversi progetti. Uno di questi è la salvaguardia e la valorizzazione del complesso monumentale di Villa Dionisi e del suo parco, così come la promozione di attività collegate alle Ville Venete, con particolare attenzione alla dimensione locale. Ad esempio – racconta con orgoglio il signor Giorgio – da tempo collaboriamo con le scuole superiori del territorio e mi occupo personalmente di accogliere i giovani studenti per una visita guidata della villa ogni venerdì pomeriggio.

Ci sono, inoltre, progetti strategici per la valorizzazione



Libreria Biedermeier



Giorgio Morelato

del distretto del mobile veronese. Anzitutto, le **Giornate Internazionali di studio**, che costituiscono un appuntamento unico per aziende ed operatori per confrontarsi sugli scenari internazionali di settore. L'iniziativa più importante resta comunque il **Concorso internazionale "Il mobile significativo" – L'arte applicata nel mobile**, giunto quest'anno alla sua dodicesima edizione. Il concorso – precisa Giorgio Morelato – è rivolto a professionisti italiani e stranieri impegnati nel design e nelle arti applicate e a studenti di talento. L'obiettivo è stimolare l'innovazione nel settore della produzione del mobile di qualità e individuare nuove tendenze evolutive nel mondo del design. L'edizione 2015 ha per tema "I luoghi del relax 2.0". Fanno parte della giuria importanti personalità del mondo design come Silvana Annichiarico, direttore del Triennale Design Museum di Milano, Ettore Mocchetti, direttore della rivista Architectural Digest meglio conosciuta come AD e Ugo La Pietra, artista poliedrico e storico dell'arte.

La dimensione sperimentale caratterizza anche il **Museo dell'Arte Applicata nel Mobile contemporaneo (MAAM)** inserito a Villa Dionisi,



una realtà unica nel suo genere in Italia. Le opere esposte sono modelli sperimentali, pezzi unici di design contemporaneo applicato al mobile d'arte e portano la firma di architetti e designer del calibro di Mario Botta, Michele De Lucchi, Aldo Cibic, Paola Navone solo per citarne alcuni. La collezione ogni anno si arricchisce di nuovi prototipi ideati dai vincitori del Concorso Internazionale e di donazioni illustri. Da alcuni anni – conferma Giorgio Morelato - in occasione delle Giornate Internazionali di Studio alcune firme prestigiose del design e dell'arte hanno donato un proprio progetto al MAAM. Quest'anno come lascito riceveremo una sedia in legno di pero con inserti in legno wengé da Andrea Branzi, uno dei massimi esponenti del design neomoderno.

Gli appassionati di arte e design sono avvertiti.



Villa Dionisi interno

Villa Dionisi





Nival Group Service

Un'impresa cresciuta insieme ai propri clienti

Nival group service è una moderna e dinamica impresa di servizi, che ha fatto della rapidità e flessibilità d'intervento la sua mission e si propone come partner nella fornitura "globale" di servizi alle aziende, in particolare nel territorio della Provincia di Verona. Il gruppo Nival è costituito da 6 società specializzate in **logistica, confezionamenti e assemblaggi e pulizie private ed industriali.**

Più in particolare appartengono al gruppo: la **Cooperativa Sinco** che offre servizi logistici, la società **Team Pulizie** specializzata in servizi di sanificazione sia industriale che civile, la società **San Martino Servizi** specializzata in servizi di pulizie industriali e civili, la società **Impresa Servizi** che si occupa di assemblaggio e confezionamento, la società **Defin** che soddisfa richieste relativamente alla gestione di immobili funzionali alle attività delle varie imprese

“ *Il nostro concetto di terziarizzazione permette di offrire ai clienti costi certi e flessibilità di servizi* ”

Stefano De Fanti

del gruppo e, infine, la società **B&R Service** che si occupa sempre di pulizia sia civile che industriale nel territorio bolzanino.

Nival group service conta circa 1.600 dipendenti diretti complessivi, ha un bilancio consolidato nel 2014 di 50 milioni di euro e vanta un trend positivo sia per il 2015 che, in prospettiva, per il 2016.

In questi ultimi anni, anche attraverso house outsourcing,



il gruppo si è affermato in diverse importanti aziende del settore alimentare veronese (tra cui Pastificio Rana, Bauli, Gruppo Veronesi), di abbigliamento (Calzedonia, Franklin & Marshall) e non solo.

Al timone la famiglia Iupatolina De Fanti. Abbiamo incontrato **Stefano De Fanti**, Presidente del CdA della cooperativa Sinco.

Quali sono state le tappe più importanti della vostra affermazione come gruppo di servizi o il "momento di svolta"?

Nel 1996 è nata la cooperativa Sinco, che delle sei società del gruppo è quella che ha il maggior fatturato, oltre 27 milioni di euro nel 2014 e se ne stimano 35 nel 2015.

Nei primi anni del 2000 siamo passati dall'offrire un servizio di facchinaggio puro e semplice ad una politica di servizio più complessiva. Abbiamo cioè cominciato ad acquisire appalti di logistica, intesa come sistema integrato e completo di servizi. Una strategia che ha pagato nel tempo.



L'azienda in numeri:

1600

Dipendenti diretti complessivi

50 milioni

Bilancio consolidato 2014

Trend positivo

Crescita in prospettiva positiva per 2015 e 2016

“ *Acquisire nuovi clienti per noi non è solo business ma un'opportunità in più per dimostrare a noi stessi ed agli altri le nostre capacità* ”

Stefano De Fanti

Un fatturato in crescita ed un trend positivo per i prossimi anni: qual è il segreto di questo successo? Fruttuose strategie di marketing?

Noi non abbiamo commerciali, l'80% dei nostri clienti ha cercato i nostri servizi, senza che noi facessimo loro delle proposte. Il nostro miglior biglietto da visita è il passaparola.

Il vero nostro segreto sta nella correttezza e coerenza nei confronti dei nostri dipendenti, dei ruoli aziendali di ciascuno e quindi dei nostri clienti.

Investimenti e innovazione?

Per noi risultano fondamentali la formazione continua dei nostri dipendenti gestita internamente e lo studio informatico e software sugli aspetti gestionali.

Abbiamo inoltre acquistato e disponiamo di due magazzini per un totale di circa 10.000 mq coperti



presso Villafontana di Oppeano (Vr) dove svolgiamo prevalentemente attività di confezionamento e logistica conto terzi.

Come supportate i potenziali clienti per definire la migliore terziarizzazione?

Analisi, progettazione e realizzazione sono i punti cardine delle nostre attività ed insieme ai nostri clienti riusciamo a cucire il miglior progetto lavorativo per una crescita ed un investimento reciproci.

In questo modo siamo in grado nel tempo di prendere in appalto prima alcune linee di lavoro ed arrivare in seguito a curare l'intero processo fino allo stoccaggio.

www.nivalgroup.com





USI Italia: festeggia 40 anni d'impresa

Un modello d'impresa basato sugli stessi valori su cui è sorta: qualità, eccellenza, innovazione e servizio al cliente.

Nasce dall'unione delle forze e delle rispettive esperienze imprenditoriali dei due fondatori, Enzo Greggio e Giovanni Melegatti, nel 1974 USI ITALIA, società che da sempre concentra le sue risorse nello sviluppo dell'attività di progettazione, produzione e vendita di cabine forno per la verniciatura di autovetture e veicoli commerciali, mezzi di grandi dimensioni quali autobus, treni, vagoni ferroviari, impianti per la verniciatura di mezzi navali, proponendosi sin da subito nel segno dell'innovazione. Abbiamo incontrato Massimo Greggio, che assieme a Matteo Melegatti, guidano l'impresa.

Ing. Greggio, ci racconta i vostri primi 40 anni?

Fin dalla sua fondazione USI ITALIA vede una rapida

“Da alcuni anni abbiamo investito risorse per progettare prodotti con una alta efficienza, ma bassi consumi... ottenendo prestigiose certificazioni.”

Enzo Greggio

crescita nel mercato nazionale imponendosi con i suoi modelli di cabine forno. Successivamente consolida la presenza nel mercato italiano ed inizia un rapido sviluppo della propria presenza nei mercati esteri. Gli anni '90 sono caratterizzati da importanti investimenti nell'automazione produttiva, che consentono all'azienda

di presentarsi nel mercato con cabine di qualità superiore a prezzi fortemente competitivi. Ma è nel 2003 che l'impresa vive quella che noi chiamiamo la RIVOLUZIONE TECNOLOGICA nel settore delle cabine forno. E' l'anno di CHRONOTECH, un concentrato di tecnologia, che assicura contemporaneamente elevata produttività, risparmi nei consumi di energia e combustibile, affidabilità e facilità di utilizzo dell'impianto. Tra il 2006 e il 2009 viene stravolta la logica produttiva, automatizzando ulteriormente le fasi di lavorazione, sia per garantire una qualità sempre maggiore, sia per poter contenere i costi. Ingenti investimenti portano in azienda una linea automatica di punzonatura e piegatura, isole di piegatura robotizzate, e un sistema di immagazzinamento e movimentazione completamente automatizzato.

Oggi siamo presenti in quasi tutti i paesi al mondo. Prima della crisi, nel 2008 l'Italia rappresentava circa il 20% del fatturato globale, oggi circa il 10%. Tutto il resto è rappresentato dall'export, con la Cina che da sola sfiora il 6%. Nell'ultimo anno siamo impegnati a consolidare la nostra presenza in Giappone, Australia e Nuova Zelanda.

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

Il futuro sarà sempre più caratterizzato da problemi legati all'approvvigionamento energetico. Per questa ragione da alcuni anni abbiamo investito risorse per progettare prodotti con una alta efficienza, ma bassi consumi. Frutto dello studio di quasi tre anni è la realizzazione di una nuova cabina di verniciatura che permette un risparmio dei consumi di energia elettrica di oltre il 50% rispetto al passato, ottenendo prestigiose certificazioni.

Quale è la discontinuità più grande del fare impresa oggi, rispetto al passato?



Enzo Greggio e Giovanni Melegatti

Ritengo sia il rischio. I margini di guadagno consentivano in passato di "perdonare" piccoli errori di strategia. Oggi vediamo i margini ridursi drasticamente e la concorrenza, anche sleale, spesso non lascia una seconda possibilità.

Ci riassume in poche righe le problematiche più importanti che dovete affrontare oggi?

La difficoltà di accesso al credito per i nostri clienti e una diffusa mancanza di fiducia sono le maggiori criticità per l'Italia e per qualche altro Paese europeo. Per quel che riguarda i mercati extra UE, la situazione è aggravata dalla presenza di concorrenza (es. Cina) che immette sul mercato prodotti di bassa qualità, ma a prezzi spesso impossibili da raggiungere per aziende

come la mia.

Per concludere, i prossimi progetti. Ci può anticipare qualcosa?

Il nostro non è un bene di largo consumo e la nostra esperienza ci ha portato a constatare che la formazione, sia interna che della rete vendita, rappresenta una chiave importante del successo per il futuro. Prossimamente inizierà la realizzazione di un modernissimo centro tecnico, dove sarà possibile visionare i nostri prodotti e formare il personale sia tecnico che commerciale. L'inaugurazione è prevista nella primavera del 2016.

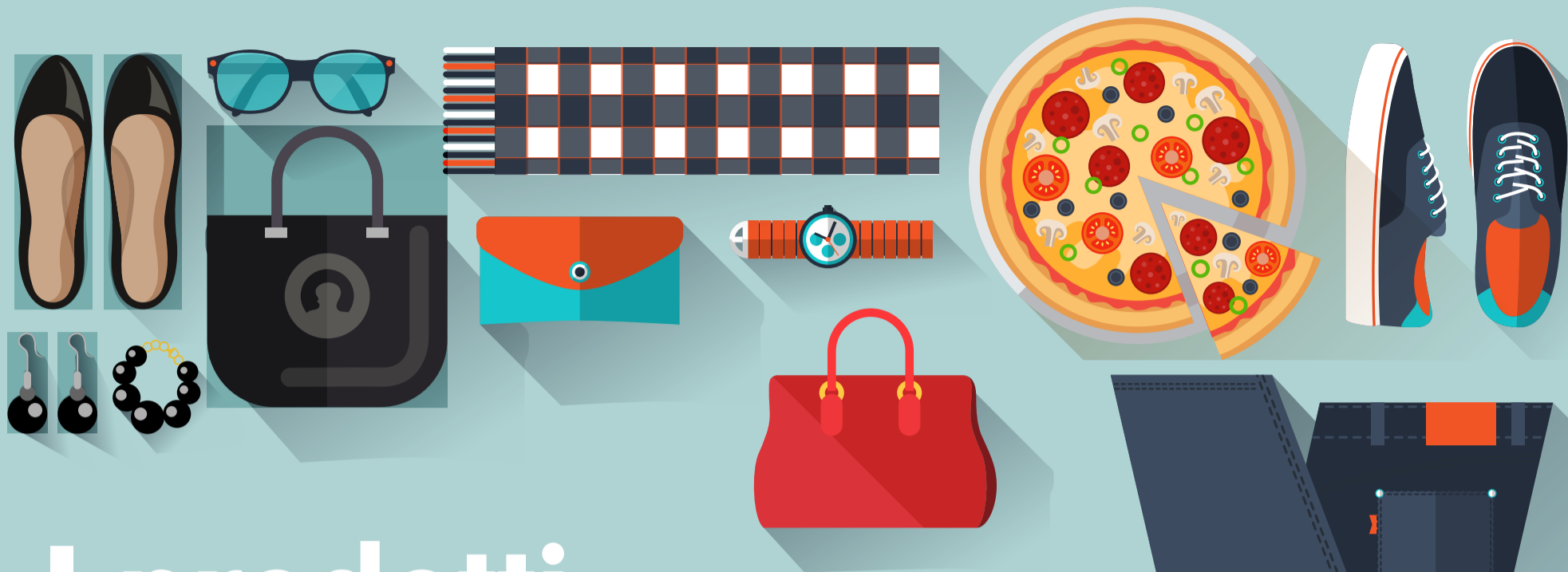
www.usiitalia.com

L'azienda



Cabina a forno





I prodotti “belli e ben fatti” guardano ad est

Nei prossimi 5 anni l'export italiano di prodotti BBF crescerà del 45% arrivando a 16 miliardi

Pasta, vino, mocassini, cravatte, divani, collane e occhiali da sole «go east». Verso Cina, Emirati, (per ora un po' meno) Russia, e ancora in Arabia Saudia e Malesia. Le esportazioni italiane dei prodotti cosiddetti «Belli e Ben Fatti (BBF)», nei 30 principali nuovi mercati, raggiungeranno i **16 miliardi di euro nel 2020**, dagli 11 miliardi del 2014. In pratica, cinque miliardi di euro in più in sei anni pari a un balzo del 45% (+27% rispetto ai mercati maturi).

La **Russia** rimarrà il principale mercato emergente per le imprese italiane (3,5 miliardi nel 2020), anche se l'export complessivo, dal cibo alla meccanica, solo nel 2014, tra rublo debole e crisi ucraina ha perso quasi 2 miliardi. Ma saranno gli **Emirati arabi** il nostro secondo mercato (3,3 miliardi nel 2020) e registreranno

il più forte incremento dell'import dall'Italia (+1,3 miliardi di euro). Al terzo posto la **Cina** (2,2 miliardi di import nel 2020), con un aumento molto consistente delle importazioni di “Made in Italy” (+0,7 miliardi).

Più prudenti rispetto a un anno fa le stime della 6° edizione della ricerca “Esportare la dolce vita”, presentata in Expo da Centro Studi Confindustria e Prometeia sulle potenzialità del Made in Italy di consumo di gamma medio-alta (food, fashion, calzature, arredo, oreficeria e occhialeria) nei mercati emergenti dal 2015 al 2020.

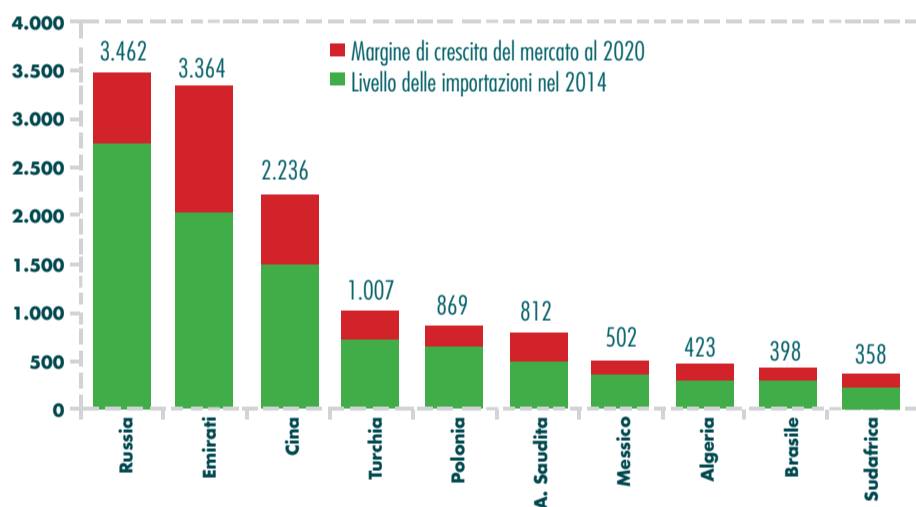
I SETTORI IN DETTAGLIO

Nel 2020 le importazioni di **alimentare** BBF italiano dei 30 nuovi mercati arriveranno a 2,5 miliardi di euro, (+554 milioni sul 2014). Flussi commerciali, nel



comparto, ancora molto condizionati dalla distanza geografica, tanto che la Polonia assorbirà un import pari a quello di tutta l'America Latina (oltre 300 milioni). Ma la crescita maggiore si avrà in Cina, Polonia e Russia. Sul fronte dell'**arredo** le importazioni dall'Italia saliranno fino a 3,3 miliardi di euro (dai 2,1 del 2014): in testa, Cina ed Emirati. Tra 5 anni, i nuovi mercati peseranno per un terzo delle vendite di design italiano all'estero. Per l'**abbigliamento**, invece, il mercato emergente aumenterà fino a 3,7 miliardi nel 2020 (dai 2,7 del 2014), con il 29% della domanda incrementale proveniente dalla Russia e il 20% dalla Cina, cui si

Importazioni di BBF dall'Italia: Russia, Emirati e Cina sul podio (Primi 10 nuovi mercati¹: milioni di euro a prezzi 2013)



¹ I primi 10 paesi assorbiranno l'84% delle importazioni dei nuovi mercati nel 2020. Fonte: elaborazioni e stime CSC e Prometeia su dati Eurostat, IHS e istituti nazionali di statistica.

affiancheranno, in ordine di rilevanza, Emirati, Polonia e Turchia. Difficili, invece, le stime sulle vendite di calzature italiane. Negli stessi mercati, toccheranno nel 2020 a 2 miliardi, con un aumento di 684 milioni rispetto al 2014. Ma qui si apre l'incognita Russia, che se sul lungo periodo resterà il principale mercato di sbocco, nel 2014 ha fatto registrare -20% di paia vendute e -22% in valore rispetto al 2013. Il 40% della nuova domanda di **occhialeria** (858 milioni nel 2020 dai 534 attuali), arriverà da Cina, Brasile ed Emirati. Mentre l'**oreficeria**, destinata a toccare i 3,7 miliardi nel 2020 (dall'1,4 odierno) è fortemente condizionata dall'hub di Dubai. Primo cliente, gli Emirati, Poi, la Cina.



VENDERE IN CINA

Nel 2013 **l'Italia è diventata il primo fornitore internazionale di BBF in Cina**. Secondo l'indagine svolta, in collaborazione con l'Ice ad aprile 2015, tra distributori e buyers locali, la domanda di prodotti italiani è potenzialmente molto superiore alle importazioni. Piacciono ampiezza di gamma, qualità, design, stile e artigianalità. Anche se il prezzo non sempre conviene (causa dazi e barriere non tariffarie per i quali il Paese è tra quelli in cima alla lista dei più problematici). Ma, da parte delle imprese italiane, mancano ancora investimenti in promozione del brand, stima dei tempi di consegna e assistenza post-vendita. E soprattutto l'uso dell'**e-commerce**, che è oggi oltre il 10% degli acquisti, pari a 340 miliardi di euro. Elettronica, moda, ma anche cibi e design. «Web e globalizzazione sono per noi opportunità essenziali – ha detto Licia Mattioli, presidente del Comitato Investitori esteri di Confindustria –. Ma proprio per questo chiediamo alle istituzioni, e all'Europa, un impegno più forte e coordinato nella lotta alla contraffazione».

Fonte: Rapporto CSC e Prometeia "Esportare la dolce vita", maggio 2015.



Outlook positivo per l'economia italiana

Le previsioni del centro studi Confindustria

L'economia italiana va meglio dell'atteso. È indispensabile cogliere l'opportunità di innalzare il potenziale di crescita del Paese offerta da fattori molto favorevoli.

L'incremento del **PIL** nel primo trimestre è stato più alto delle stime CSC e rende possibile raggiungere nel 2015-16 risultati superiori alle previsioni prevalenti.

L'accelerazione già dalla primavera è nelle carte delle spinte esterne (cambio, tassi, petrolio, ripresa USA e nel resto dell'Eurozona) ed è confermata dagli indicatori disponibili. Ciò aiuta la fiducia e, dunque, consolida il miglioramento.

I progressi congiunturali non vogliono dire che le gravi conseguenze della crisi spariscano né fanno dell'Italia un'economia dinamica: la performance rimane inferiore a quelle tedesca, spagnola, inglese e, perfino, francese. Solo proseguendo lungo la strada delle **riforme** si potrà chiudere il divario di crescita e, soprattutto, aumentare sensibilmente occupazione e reddito degli italiani. Il ritardo rispetto a quanto

necessario resta ampio, nonostante il grande sforzo in atto abbia già dato importanti risultati. Due aspetti vanno tenuti ben presenti: la finestra **internazionale** propizia è una tantum e temporanea; gli altri paesi non stanno immobili, ma sono un cantiere aperto di cambiamenti, più o meno profondi e rapidi. Quindi per recuperare terreno serve operare a velocità superiore alla loro.

La **Grecia** rappresenta il rischio più immediato dello scenario: l'esito del braccio di ferro è sempre più incerto e un incidente di percorso più probabile. Per ora i mercati finanziari sono stati colpiti solo in piccola misura dal contagio, grazie anche al cordone sanitario eretto dalla BCE. Un default ellenico danneggerebbe le banche pure altrove, penalizzandone un'altra volta la capacità di dare credito. La fiducia di famiglie e imprese ne risentirebbe. Non sembra saggio provare a vedere l'effetto che fa.

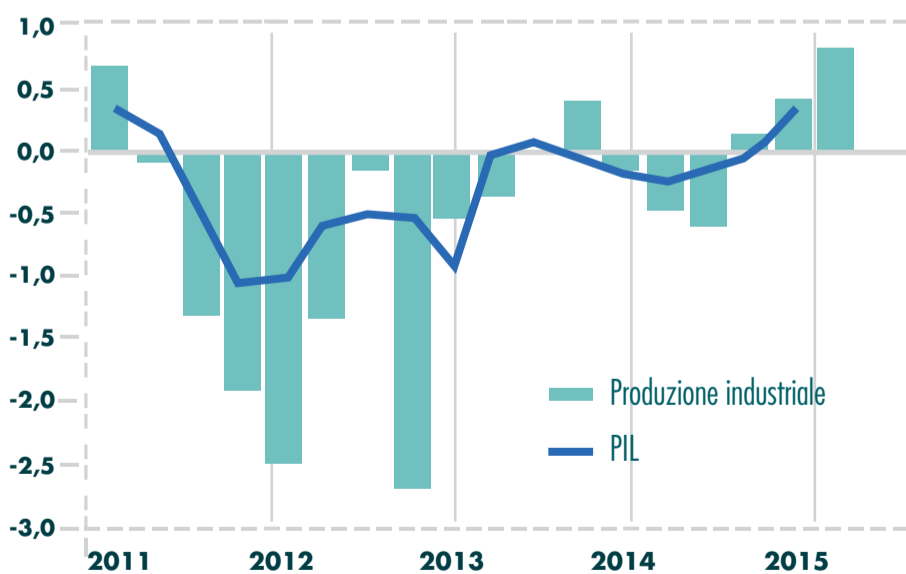


L'ACCELERAZIONE DELLA PRODUZIONE SPINGE IL PIL

Dopo la stagnazione nel 4° trimestre 2014, il PIL italiano è aumentato dello 0,3% nel 1° 2015 (primo incremento dal 3° 2013), portando a +0,2% l'acquisito per il 2015. Gli indicatori congiunturali coincidenti e anticipatori delineano un'accelerazione della ripresa fin dal trimestre in corso.

Il CSC stima incrementi congiunturali della produzione industriale in aprile (+0,3%) e in maggio (+0,1%), che portano a +0,8% la variazione acquisita nel 2° trimestre. Il PMI composito in maggio si è attestato a 53,7, da 53,9 in aprile (51,6 nel 1° trimestre). Nel terziario indica un rallentamento (-0,6 punti, a 52,5); nel manifatturiero accelerazione (54,8, top da aprile 2011, da 53,8), con netti miglioramenti delle componenti produzione (57,1, +1,2 punti) e ordini (56,7, +1,9), sostenuti anche dalla domanda interna.

Per i prossimi mesi le prospettive, secondo l'anticipatore OCSE, sono più positive: +0,15% in marzo su febbraio, quarto incremento consecutivo (+0,4% cumulato da novembre).



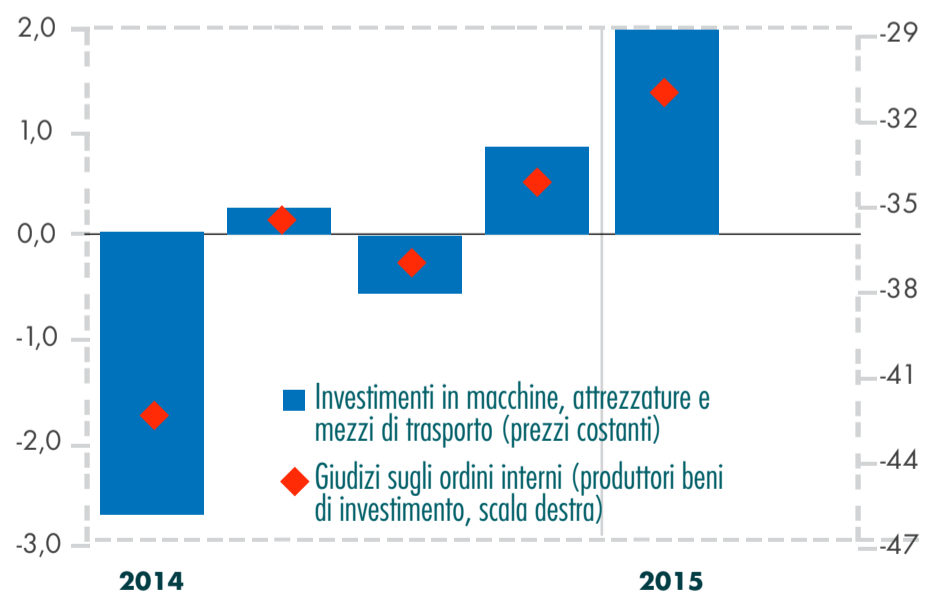
Produzione industriale nel 2° trimestre 2015: acquisito a maggio. (Italia, var. % congiunturali, dati trimestrali destagionalizzati)
Fonte: elaborazioni e stime CSC su dati ISTAT, indagine rapida.

INVESTIMENTI: RECUPERO PIÙ FORTE IN VISTA

Segnali positivi per gli investimenti in macchinari e mezzi di trasporto, in crescita dello 0,9% congiunturale nel 4° trimestre 2014 e del 2,5% nel 1° 2015 (+28,7% quelli in mezzi di trasporto). Nel 2° 2015 è attesa continuare tale tendenza favorevole. Sono migliorate, infatti, le valutazioni dei produttori di beni d'investimento (ISTAT): in aprile-maggio il saldo dei giudizi sugli ordini interni è stato di -26,0, da -30,7 nel 1° trimestre e -34,0 nel 4°; buone anche le attese a tre mesi.

Gli investimenti in costruzioni sono tornati ad aumentare per la prima volta dal 2° trimestre 2010: +0,5% nel 1° 2015 sul 4° 2014, in linea con la dinamica della produzione edile, aumentata dello 0,4%. Le prospettive restano positive, dato che la fiducia e le attese delle imprese del settore sono molto migliorate negli ultimi mesi.

A zavorrare la spesa per investimenti è il basso grado di utilizzo degli impianti, che è aumentato a inizio 2015 (71,7%) ma rimane ancora al di sotto della media pre-crisi (76,6% tra 2000 e 2007).



Ordini nel 2° trimestre 2015: media aprile-maggio Italia, variazioni % e saldi, dati trimestrali destagionalizzati
Fonte: elaborazioni CSC su dati ISTAT



Design e biotecnologie

Due bandi interessanti per le imprese

Nell'ambito del **programma "COSME"**, che **supporta la competitività delle PMI**, la Commissione europea ha recentemente pubblicato il **bando "Design-based consumer goods"**. L'intento è aiutare le aziende operanti nel settore del design le quali, per rispondere efficacemente alle richieste di un mercato in continua evoluzione, sono costrette a reinventare costantemente i loro modelli di business, diversificando prodotti e modelli di distribuzione.

Con questo bando si mira a finanziare progetti innovativi che sviluppino nuovi prodotti, servizi o soluzioni di prima applicazione, supportare la diffusione sul mercato, la riproduzione di tecnologie d'avanguardia o soluzioni creative già tecnicamente dimostrate ma che presentano rischi collegati alla commercializzazione o

alla produzione su scala industriale. Le PMI possono partecipare da sole o insieme ad altri partner.

La attività di progetto devono durare 33 mesi. Il contributo assegnato dalla Commissione europea non supererà il 50% dei costi eleggibili e sarà compreso tra 800.000 euro e 1 milione di euro per ciascuna proposta progettuale. Si stima che saranno finanziati circa 12-14 progetti.

→ **Maggiori informazioni**

Un'altra interessante opportunità di finanziamento è offerta nell'ambito del Programma Horizon 2020 dall'**Iniziativa Tecnologica Congiunta (ITI)**, una **partnership pubblico-privata (PPP) tra**



la Commissione europea e il Consorzio Biobased Industries (BIC).

Il Consorzio attualmente riunisce oltre 60 piccole e grandi imprese, cluster e organizzazioni interessate ad investire nella ricerca collaborativa, sviluppo e dimostrazione di tecnologie bio-based. In particolare, le attività vertono su tre settori e obiettivi principali: materie prime (favorire l'approvvigionamento sostenibile di biomasse e costruire nuove catene del valore); bio-raffinerie (ottimizzare l'efficienza attraverso la R & S e costruire raffinerie di punta); mercati, prodotti e politiche (sviluppare mercati per i prodotti bio-based e favorire un quadro politico di sostegno).

Come tutti i partenariati pubblico-privati, anche l'iniziativa Biobased Industries è completamente integrata in Horizon 2020 e segue le regole e le

procedure di quest'ultimo. I progetti sono selezionati attraverso specifici bandi aperti alle imprese, comprese le PMI, università, organizzazioni di ricerca e altri soggetti.

I tre bandi lanciati dalla JTI Biobased Industries che scadranno il 15 settembre 2015, vertono su tre temi:

- Processi innovativi per il recupero dello zucchero e la conversione da Rifiuti Solidi Urbani (RSU)
 - Valorizzazione della cellulosa in nuovi prodotti a valore aggiunto
 - Da materie prime lignocellulosiche a prodotti chimici bio-based avanzati, materiali o etanolo
- Tutte le informazioni di dettaglio sono consultabili sul Participant Portal.

[→ Maggiori informazioni](#)

