



■ **CONGIUNTURA** / L'indagine di Confindustria Piemonte, Unioncamere, Intesa Sanpaolo e Unicredit, è una conferma

## Quarto trimestre: prosegue il clima di fiducia

*Il manifatturiero prevede l'aumento di ordini e produzione; indicatori allineati alle rilevazioni precedenti*

Per l'ultimo scorcio dell'anno il clima di fiducia rimane favorevole tra gli imprenditori piemontesi. Lo ha registrato l'indagine congiunturale del IV trimestre appena effettuata da Confindustria Piemonte, insieme con Unioncamere, Intesa Sanpaolo e Unicredit. L'indagine conferma così i segnali positivi emersi nelle due rilevazioni precedenti. Nel comparto manifatturiero, la maggioranza delle imprese prevede un aumento di produzione e ordini; il saldo ottimisti-pessimisti migliora in misura abbastanza significativa rispetto alla rilevazione di giugno. Si consolidano le attese sull'export. L'ulteriore aumento del tas-

so di utilizzo degli impianti (ormai allineato alla media storica), la stabilità del ricorso alla Cig (seppure ancora superiore al livello precrisi) e il buon equilibrio del carnet ordini confermano la tenuta della ripresa in atto da inizio anno. Anche nel settore dei servizi, le previsioni rimangono ottimistiche, con indicatori sostanzialmente allineati a quelli rilevati a giugno. Anche gli indicatori a consuntivo non si discostano dai valori degli scorsi trimestri. In particolare, rimane marginale il ricorso alla cassa integrazione; il tasso di utilizzo delle risorse aziendali resta elevato. "Le valutazioni espresse -



commenta il presidente di Confindustria Piemonte Gianfranco Carbonato - confermano e rafforzano le aspettative positive da parte delle nostre imprese. Ciò mette in luce come i progressi realizzati nei mesi scorsi avessero basi solide. D'altra parte, non possiamo nascondersi le preoccupazioni per la fragilità della ripresa europea, ancora troppo dipendente dalla dinamica dei mercati esteri e fortemente

condizionata da variabili extraeconomiche. La crisi legata al tema delle emissioni degli autoveicoli può avere conseguenze negative sul nostro indotto, per il settore automotive in generale e per la nostra economia, così come il rallentamento dell'economia cinese, che si aggiunge alla permanente debolezza di Russia e Brasile". Più nel dettaglio, per le quasi 950 imprese manifatturiere del campione le

attese sui livelli produttivi rimangono ottimistiche; anzi, il tenore dei giudizi è più positivo rispetto alla precedente rilevazione. Il saldo ottimisti-pessimisti migliora di 7 punti rispetto a giugno, passando da +1,9 +8,6 punti percentuali. Analoga tendenza è riferibile alle previsioni sugli ordini totali. Le attese restano positive e il saldo ottimisti-pessimisti si rafforza salendo da +1,1 a +6,7 punti percentuali. Migliora anche l'occupazione: il saldo passa da +2,8% +5,0%. Il 18% delle aziende prevede di fare ricorso alla Cig, una quota identica a quella di giugno. Tiene l'export. Il saldo passa da +8,9 a +10,3 punti percentuali. Prosegue, invece, la crisi profonda dell'edilizia e indotto piemontesi, con indicatori fortemente negativi; qualche debole segnale di stabilizzazione viene solo dagli impiantisti, ma anche in questo caso il quadro resta sfavorevole. In parziale controtendenza rispetto ai dati nazionali e

anche ai dati del vicino Piemonte, le aspettative prevalenti fra gli imprenditori valdostani che per la fine anno sono meno ottimistiche rispetto ai risultati del trimestre precedente, complice soprattutto il rallentamento che si registra sul fronte della produzione, degli ordini in generale e degli ordini per le esportazioni. "I dati che provengono dalla nostra consueta indagine mostrano una piccola battuta d'arresto per l'economia della nostra regione - afferma il presidente di Confindustria Valle d'Aosta, Paolo Giachino - forse perché sono ancora presenti nel tessuto imprenditoriale valdostano le preoccupazioni per la fragilità della ripresa in atto. Speriamo - prosegue il presidente - che le buone notizie che arrivano a livello nazionale sappiano influenzare positivamente anche le prospettive dell'imprenditoria valdostana". Tra i dati positivi, mediamente un rialzo di utilizzo degli impianti: dal 58,82% del trimestre precedente si passa a un 65,83% del trimestre attuale. Nel dettaglio, a manifestare una maggiore sofferenza sono alcune industrie del settore alimentare; tuttavia, va segnalato che il 30% delle imprese intervistate dichiara di avere un utilizzo degli impianti superiore all'80 per cento.

<p><b>Eventi</b> TERRITORIO   ISTITUZIONI   IMPRESE</p> <p>DIN NEWSLETTER Settimanale - Anno 8 - N. 36 Lunedì 26 ottobre 2015</p> <p>Registrazione Tribunale di Milano numero 208 del 21/3/2005</p> <p>Iscrizione al R.O.C. Registro degli Operatori di Comunicazione n. 24344 con effetto dall'11 marzo 2014</p>	<p><b>Proprietario ed Editore</b> New Business Media Srl Via Eritrea, 21 - 20157 Milano Tel.: 02 92984 1</p>	<p><b>Direttore responsabile</b> Mattia Losi GRUPPO 24 ORE</p>
	<p><b>Coordinamento</b> Gianmario Pagani</p>	<p><b>Stampatori</b> Il Sole 24 Ore S.p.A. Via Busto Arsizio, 36 20151 Milano</p>
	<p><b>Contatto commerciale per la comunicazione su questa iniziativa</b> PUBBLISCOPEOOP PIU Tel.: 0423 425411 eventispeciali@pubbliscoop.it</p>	<p>Il Sole 24 Ore S.p.A. Via Tiburtina Valeria, Km 88,7 - 07061 Carsoli (Aq)</p> <p>Stampa Quotidiana S.r.l. - Via Galileo Galilei, 280/A 40059 Località Fossatone Medicina - (Bo)</p>

■ **BENE BANCA** / Una storia lunga 118 anni, guarda al futuro incontrando soci e clienti per raccogliere suggerimenti e ottimizzare i servizi

## Da sempre al servizio del territorio e delle Pmi

*Conti in ordine con stanziamenti mirati alle nuove generazioni e alla crescita del tessuto produttivo*

Bene Banca, la Banca di credito cooperativo di Bene Vagienna fondata 118 anni fa, a un anno e mezzo dalla fine del commissariamento della Banca d'Italia certifica un presente in ottima salute e una grande intraprendenza, sostanziata da iniziative ad ampio spettro e cariche di novità. A guidarla è il presidente Pier Vittorio Vietti, sessantenne commercialista di Torino, che con conti in ordine alla mano - utile netto di 3,2 milioni di euro nella semestrale del 30 giugno e negli ultimi 30 mesi nessuna sofferenza sulle nuove concessioni - incontrerà nelle prossime settimane i soci e i clienti nelle filiali della Banca. L'obiettivo è "conoscerci ancora meglio, raccogliere suggerimenti e ottimizzare i servizi e i prodotti". In questo modo, si continuerà ad alimentare un istituto che "è sempre stato al servizio del proprio territorio" e che vuole proseguire su questa strada "con un nuovo spirito imprenditoriale, incentrando le sue priorità sul bene comune e sul servizio alle persone". In questo contesto



Il Consiglio di Amministrazione dell'Istituto

di motivazioni ideali e di strategia economico-finanziaria sono state avviate negli ultimi tempi importanti azioni rivolte a target mirati. Tra le priorità Bene Banca ha posto i giovani, "per metterli nelle condizioni di acquistare la loro prima casa - sottolinea il presidente Vietti -. Abbiamo creato un mutuo rivolto ai soci con meno di 35 anni, che può essere concesso anche ai lavoratori atipici e che prevede la possibilità di sospendere le ra-

te per due volte e per sei mesi nel corso dell'ammortamento e con una durata fino a 35 anni". Una durata più lunga del mutuo significa una rata più bassa e ciò, connesso alla possibilità di sospensione, significa dare una risposta concreta alle loro necessità. Bene Banca sostiene le nuove generazioni in diversi momenti della loro vita, a partire dagli anni dello studio, per questo motivo lo scorso anno ha bandito un concorso per 50

borse di studio riservate ai soci e ai loro figli che si siano particolarmente distinti per meriti scolastici. Lo scorso giugno, inoltre, ha inaugurato un'iniziativa chiamata "Business game" riservata agli universitari che già dalla prima edizione si è rivelata un successo, con 103 studenti partecipanti suddivisi in 41 squadre iscritte. Nel concreto, agli universitari hanno avuto la possibilità di mettere alla prova le proprie abilità in un contesto dinamico come

l'istituto di credito benese. Sono stati posti di fronte a problemi di gestione ed hanno dovuto formulare nuovi piani strategici. I primi tre classificati continueranno l'esperienza con uno stage in Bene Banca. "Siamo entusiasti della riuscita di questa prima edizione e la rifaremo nel 2016", hanno affermato Sonia Piematti e Marco Taricco, giovani amministratori dell'istituto che hanno ideato la manifestazione insieme a Guido Giovando, professore dell'Università di



Il presidente Pier Vittorio Vietti

Torino. Massima attenzione, naturalmente, Bene Banca la riserva al tessuto produttivo locale, in tutte le sue articolazioni. Per le Pmi - artigianato e commercio - è stato recentemente firmato un accordo che, in esclusiva per i soci, "prevede lo stanziamento di un plafond di 20 milioni per acquisto scorte, assunzione personale, finanziamento trattamento di fine rapporto e immobilizzazioni". L'11 febbraio, inoltre, è stata siglata una nuova collaborazione con la Cooperativa di garanzia del commercio, del turismo e dei servizi della Provincia di Cuneo, che prevede un plafond di 10 milioni riservati ai soci della banca e alle imprese di Confcommercio Cuneo e Confidi per finanziamenti mirati. Al contempo Bene Banca ha guardato anche al mondo dell'agricoltura e da un confronto proficuo con gli operatori "abbiamo creato prodotti e servizi adeguati". È nato così, per esempio, "un mutuo che prevede un periodo di pre ammortamento che può essere esteso fino a 4 anni - illustra il presidente Vietti -, poiché così gli agricoltori, che hanno un ritorno a medio-lungo termine rispetto agli investimenti, in questo periodo pagano solo gli interessi". Non da ultimo, Bene Banca ha creato nuovi finanziamenti anche per i privati, con formule che "danno ai soci la possibilità di ottenere finanziamenti fino a 25 mila euro".

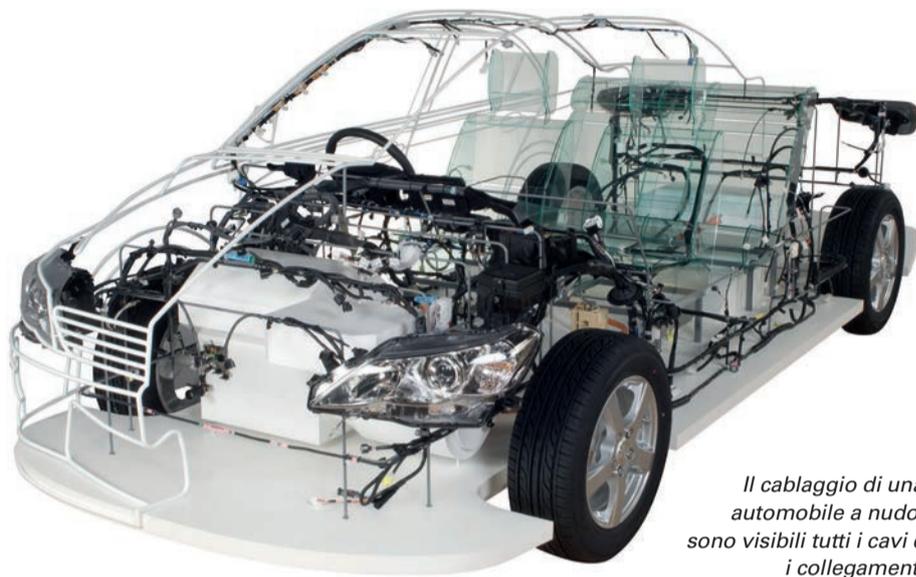
SEWS-CABIND / L'azienda di Collegno (To) fa parte della business unit automotive di SEI, Sumitomo Electric Industries e opera con due controllate in Polonia e Marocco

# Il brand globale per il cablaggio di veicoli di ogni tipo

Qualità assoluta senza eccezioni: è la filosofia del produttore giapponese, che opera con un metodo che preclude la possibilità d'errore

“Connect with the Best, connessi con il meglio” è la firma del Gruppo Sumitomo, che si collega direttamente con la filosofia applicata anche presso la Sews-Cabind di Collegno, in provincia di Torino, azienda che appunto fa parte della business unit automotive di SEI (Sumitomo Electric Industries). Da qui occorre partire, per comprendere una vision aziendale unica, dalle radici secolari, interconnessa con il resto del mondo Sumitomo: un obiettivo estremamente importante, per tutto il Gruppo è infatti quello di ottenere identici livelli di qualità e produttività a livello mondiale, implementando metodi di produzione e di best practice ottimali, identici in ogni parte del globo. La filosofia Sumitomo invita i dipendenti a perseguire l'obiettivo di eliminare tutte le possibilità di errore all'insegna della qualità, senza difetti e senza reclami, avendo sempre come focus prioritario la sicurezza dei lavoratori.

Entriamo ora nella realtà torinese per scoprire come questa filosofia prende vita e avvantaggi il business. Le origini della Sews-Cabind sono recenti, in quanto la società è stata creata dall'acquisizione, nel 2001, di una parte di una realtà preesistente, la Cabind Automotive, che operava nel settore dei cablaggi per il mercato cosiddetto del bianco (lavatrici, frigoriferi, lavastoviglie) e dell'auto. Nel 1996 viene avviata una partnership tecnica con SWS (Sumitomo Wiring System). Di seguito iniziano i primi rapporti di collaborazione con il Gruppo Fiat, per il progetto Ducato 244 e Iveco S2000. Cabind Automotive viene trasferita a Collegno nell'autunno del 2000. Il 15 maggio 2001 viene firmato l'accordo di acquisizione della Cabind relativa all'automotive, e delle controllate in Marocco e in



Il cablaggio di una automobile a nudo: sono visibili tutti i cavi e i collegamenti

Si rivolge a costruttori di automobili, camion, veicoli industriali, macchine agricole e per l'edilizia

Polonia. Oggi Sews-Cabind è di proprietà interamente giapponese e supporta il Gruppo nella fornitura di sistemi di cablaggio (ossia quell'insieme di fili in rame e componenti elettrici che costituiscono il "sistema nervoso" della vettura) per costruttori di auto, camion, veicoli industriali, macchine agricole e per l'edilizia, non giapponesi, come FCA e CNHI. Sews-Cabind ha una connotazione multinazionale e opera con due società controllate: Sews-Cabind Maroc e Sews-Cabind Poland. Nell'headquarter italiano sono concentrati il top management, le funzioni di ricerca e sviluppo dei prodotti, le funzioni amministrative e le risorse umane. La società marocchina conta

tre stabilimenti produttivi con circa 6 mila dipendenti, mentre in Polonia sono ubicati due stabilimenti produttivi, con circa 1.100 dipendenti. Il Gruppo Sews Cabind si avvale, in totale, di circa 7.300 dipendenti. Come si può notare il know-how dell'azienda è concentrato in Italia; la produzione è invece collocata negli altri due Paesi, dove viene impiegata mano d'opera qualificata e istruita, con costi di esercizio più competitivi. Questo permette al Gruppo di

affrontare il mercato a prezzi più concorrenziali. Agendo in questo modo, non solo è stato raggiunto l'obiettivo di avere una produzione cost-effective ma ha anche consentito di migliorare l'intero ciclo produttivo e logistico della società attraverso una riorganizzazione sviluppata negli ultimi 10 anni. Grazie a questa esperienza, il Gruppo è sempre più in grado di seguire i propri clienti in tutte le aree geografiche e punta a diventare un vero brand globale.



La sede Sews-Cabind in Marocco

## Diversity management, obiettivo perfezione



Nel Gruppo Sews-Cabind lavorano quattro differenti culture ed etnie: italiana, giapponese, marocchina e polacca. Per trarre il massimo beneficio da queste diversità, sono state adottate le politiche del Diversity Management, il che significa che in azienda si fa leva proprio sulle diversità culturali per aumentare la competitività e le possibilità di successo. Ciò implica un cambiamento culturale che costituisce una sfida, rispetto ai sistemi tradizionali che promuovono la somiglianza e l'omologazione. Il Diversity Management è infatti un'applicazione organizzativa di varie politiche di inclusione, che presuppone un concetto ampio del termine "cultura". Per la stessa logica il team al vertice del Gruppo è multiculturale e vanta performance di successo, in quanto viene messo in grado di valorizzare al meglio le differenze. Si avvia in questo modo un percorso virtuoso che porta innegabili vantaggi proprio legati alla multiculturalità. Si pensi alla creatività: la contaminazione di idee diverse genera innovazione. I manager hanno imparato a fare tesoro di queste varietà. Ovviamente, un percorso di questo genere presuppone l'esistenza di alcuni principi-cardine al suo interno come la capacità di sviluppare una forte flessibilità, l'adozione di uno stile di leadership che si adatti alle diverse culture, l'applicazione di comportamenti adeguati a seconda del contesto e la semplificazione delle complessità. Da tutto ciò si evince quanto sia importante il lavoro sulle abilità comunicative: l'azienda investe infatti annualmente in percorsi formativi "intercultural development", per creare rapporti di fiducia e di maggior team working. La sensibilità nei confronti delle persone va anche oltre i professionisti impegnati in azienda: il Gruppo ha infatti recentemente deciso di mettere in atto azioni di corporate social responsibility. Il crescente impatto delle aziende sulla società sta portando i cittadini e i consumatori ad aspettarsi che questo ruolo sia esercitato in modo responsabile. L'obiettivo è che l'azienda sia direttamente attiva e partecipativa nelle problematiche d'impatto sociale, etico e ambientale nelle comunità dove è collocata.

## Il successo arriva grazie alle persone

Sumitomo Electric Industries nasce nel 1897 come produttore di rame per usi elettrici; oggi ha 350 filiali in oltre 30 Paesi

“Sviluppo di prodotti migliori attraverso lo sviluppo di persone migliori”. È la filosofia che il Gruppo Sumitomo ha con forza perseguito dalla sua fondazione. Essenziale è, per l'azienda, che ogni dipendente sia impegnato a condividere le idee fondamentali relative al lavoro e all'approccio ad esso. La filosofia Sumitomo è orientata a perseguire una serie di obiettivi: contribuire allo sviluppo della società attraverso il successo del proprio business; soddisfare i clienti tramite attività commerciali di massima qualità; costruire il futuro aziendale con creatività e innovazione; mantenere una solida etica aziendale basata sull'affidabilità e sulla fiducia; nutrire una cultura aziendale dinamica e positiva che

rispetti l'individualità.

Per conoscere l'anima di un'azienda occorre capire quella del suo fondatore: bisogna dunque tornare indietro al Seicento, per incontrare Masamoto Sumitomo, che divenne monaco buddista all'età di 12 anni. In seguito allo scioglimento della sua setta, decise di aprire una farmacia e una libreria, seguendo una "filosofia d'affari" per molti aspetti ancora applicata dal Gruppo Sumitomo.

Venendo a tempi più recenti, la Sumitomo Electric Industries è stata fondata nel 1897, con l'obiettivo di produrre filo di rame per usi elettrici. Oggi il Gruppo opera in cinque ambiti: Automotive, Information & Communications, Elettronica, Ambiente ed Energia, Materiali Industriali. Si

sviluppa inoltre in altri due settori, Scienze della vita, Materie e risorse. Ha più di 350 filiali e oltre 240 mila dipendenti in più di 30 Paesi nel mondo. Il settore automobilistico copre il 50% delle vendite annuali di Sumitomo Electric. Con l'obiettivo di contribuire a realizzare veicoli sempre più caratterizzati da sicurezza, comfort e responsabilità ambientale, il Gruppo fornisce una vasta gamma di prodotti tra cui cablaggi per i dati a bordo del veicolo e trasmissione di energia. Sumitomo Electric è oggi uno dei maggiori gruppi industriali esistenti in Giappone. Tre società della Sumitomo (Sumitomo Mitsui Banking Corporation, Nec e Sumitomo Electric Industries) sono state inserite dal Financial Times tra le 500 società più importanti del mondo (dato basato sulla capitalizzazione del mercato).



Dall'alto, il sito della filiale marocchina

■ **FORNACI DI PIANALTO** / È un network nato dalla fusione di tre aziende storiche di Carena

# Unire le forze per essere più competitivi

*Mattoni e prodotti in laterizio di altissima qualità, da sempre legati al territorio*

Investire in tempo di crisi, è come mettere le ali, mentre tutti cadono. La nota frase di Steve Jobs ben si adatta alle realtà di Fornace Carena, Fornace Ballatore e Fornace Mosso che, da qualche tempo, proprio per affrontare il periodo di contrazione del mercato dell'edilizia, hanno dato vita, insieme, al network "Fornaci del Pianalto", finalizzato ad operare in sintonia di intenti. Le tre Fornaci sono tutte aziende 'storiche' - Carena opera sul territorio dal 1907, Mosso dal 1904 e Ballatore dal 1964 - che, arrivate alla terza o alla quarta generazione, sono ancora oggi gestite dalla stessa famiglia fondatrice e hanno tutte, nelle loro proprietà, il primo, autorevole ed affidabile interlocutore.

"Lavoriamo tutti l'argilla estratta sull'Altopiano di Poirino, un sito geologico unico, a cavallo delle province di Torino, Asti e Cuneo, caratterizzato da giacimenti di pregiate argille rosse del Villafranchiano, ma produciamo da sempre prodotti



Lo stabilimento di Fornace Carena

complementari, senza farci concorrenza l'uno con l'altro" spiega Gianfranco Barbero, direttore commerciale della Fornace Mosso. "Fornace Carena produce infatti un mattone per muratura, la Fornace Ballatore un mattone in pasta molle, per rivestimento a vista e riproduce mattoni per il restauro, e noi siamo specializzati nella creazione di laterizi da copertura". L'idea del network nasce dunque da una sinergia esistente che non ha portato alla creazione di un nuovo soggetto giuridico, bensì a 'mettere insieme le forze' per vendere al meglio e per contenere, ad

esempio, i costi di trasporto. "La committenza è la stessa per tutte e tre le aziende" continua Barbero. "Ci rivolgiamo prevalentemente ai magazzini edili e ci è sembrato inutile effettuare tre trasporti diversi



Rivestimento a vista con mattoni di Fornace Ballatore



Realizzazione edilizia con laterizi di Fornace Mosso

quando se ne poteva fare uno solo. Il primo passo è stato dunque quello di unificare le reti di vendita in modo che il cliente abbia un riferimento unico per tutte e tre le aziende del territorio che, insieme, sono in grado di coprire oltre l'80% del fabbisogno di laterizi di un magazzino edile. Non da meno, anche presentarsi ai fornitori come un gruppo d'acquisto aiuta a contenere i costi."

Il network ha anche attivato una efficace politica di promozione, laddove spiccano le azioni rivolte ai progettisti. In tal senso, sono stati organizzati incontri e tavole rotonde, comprensive della visita in loco alle fornaci, per permettere ai professionisti di conoscere e 'toccare con mano' la bontà del prodotto.

"Se il progettista conosce e capisce le particolarità del materiale del Pianalto, sarà più facile che sia invogliato a inserire i nostri mattoni e i nostri laterizi nei capitolati" afferma Andrea Beone, responsabile commerciale Fornace Ballatore. "Allo stesso modo, ci rivolgiamo agli architetti per spiegare che siamo in grado di riprodurre artigianalmente pezzi particolari per realizzazioni ad hoc." A latere di un'attenta politica commerciale e di marketing, la forza delle Fornaci del Pianalto è però legata al territorio, la cui ricchezza permette da sempre di

offrire prodotti in laterizio di altissima qualità e a km zero. La qualità specifica della materia prima di questi luoghi, risiede infatti in una miscela di argille composta di ossidi di silice, allumina e ferro, che conferisce al prodotto, una volta cotto, particolari doti di robustezza, resistenza al gelo e quel colore rosso intenso tipico del Cotto Piemontese. "Ciò che accomuna le tre aziende è la produzione di laterizi totalmente biologici" afferma Pier Luigi Carena, ad della Fornace Carena. "L'impasto è formato solamente da argilla, acqua pura e lolla di riso. Non vengono introdotti fanghi, polveri né altri rifiuti industriali spesso usati nell'industria dei laterizi. Non vengono introdotti coloranti o additivi chimici, né coke di petrolio per facilitare la combustione. Un prodotto, dunque, interamente naturale, che costituisce un valore aggiunto sia per i rivenditori ma, soprattutto, per l'utente finale che avrà la certezza di andare ad abitare in un edificio salubre, realizzato con mattoni che non rilasceranno mai alcunché di chimico". Anche l'intero processo produttivo - dall'estrazione dell'argilla in cave rinaturalizzate allo smaltimento delle macerie di cantiere che diventano non rifiuti ma nuova materia prima assolutamente non inquinante - è totalmente ecocompatibile.

■ **LED ITALY** / L'azienda di Carmagnola (To) da sette anni produce e commercializza linee di luce led rigide e flessibili per interni ed esterni

# La luce bella ed ecologica oggi si chiama led

*La qualità tecnica dell'illuminazione a led la rende adatta ai contesti più disparati, dalle abitazioni al retail*

Che luce sia, purché a basso impatto ambientale, capace di "arredare" con la sua bellezza e di consumare il meno possibile. L'illuminazione a led risponde a questi requisiti. In Italia esiste un'azienda specializzata proprio nella realizzazione di prodotti studiati per ridurre i consumi di energia, i costi di manutenzione e l'inquinamento ambientale. Led Italy, guidata dall'amministratore unico Giuseppe Malivindi, ha ormai sette anni di vita. Ciò significa che ha iniziato a operare nel pieno della crisi economica: questo fattore non ha per nulla impensierito il titolare, che già sapeva che il suo business non sarebbe stato scalzato dai prodotti cinesi. Il tempo gli ha dato ragione e oggi Led Italy è una realtà conosciuta sia in Italia che all'estero. La sua produzione è concentrata per la quasi totalità su prodotti per l'illuminazione a led molto tecnici e customizzati. "Realizziamo linee di luce flessibili e rigide, per interno ed esterno, con diversi



Bike Shelf by Vadolibero, la libreria portabicicli che diventa lampada grazie alla barra Led Italy incastonata nel manubrio

tipi di luminosità, gradazione e colore. Tutto si svolge a Carmagnola, in provincia di Torino, dove abbiamo sede, magazzino e stabilimento di produzione. Sei le persone impiegate, cui si somma la rete di venditori, attiva sia in Italia che all'estero. Particolare attenzione dedichiamo a quei Paesi che apprezzano la qualità italiana, in termini di ricerca, progettazione e stile: mi riferisco soprattutto ai Paesi Arabi e all'Italia stessa,

con una clientela interessata a strutture altamente tecnologiche, innovative e a impatto ambientale ridotto". Clienti di Led Italy sono gli specialisti della luce, gli architetti, gli studi di progettazione, gli impiantisti evoluti. Molto spesso, quando si parla di illuminazione a led, si pensa ai prodotti provenienti dalla Cina, dal costo esiguo. Quali le differenze con l'offerta di Led Italy? Spiega Malivindi: "In primis la qualità:

noi forniamo tre anni di garanzia estendibile a cinque. Inoltre, i nostri prodotti possiedono una efficienza più alta rispetto a quelli cinesi e sono esteticamente ben rifiniti. Infine, noi studiamo e lavoriamo sul tipo di emissioni di luci. Per esempio, il led cinese produce una luce 'a puntini', mentre il nostro una luce uniforme: questo garantisce che l'occhio non si irriti e non si stanchi. Il nostro obiettivo è di creare all'interno delle installazioni un 'benessere illuminotecnico'.

Va inoltre precisato che il raggio di azione di Led Italy è identico a quello dei competitor cinesi, ma il prodotto fabbricato è del tutto differente, proprio perché a Carmagnola si punta su efficienza, estetica, design e customizzazione. Ogni mese studiamo prodotti sempre più efficienti, perché il nostro mercato richiede referenze sempre nuove". Le realizzazioni Led Italy si possono ammirare in diverse situazioni: negozi di pregio, centri commerciali,

centri benessere, abitazioni con particolari rifiniture, abitazioni e condomini già studiati con logiche di basso consumo energetico. Le linee Led Italy illuminano, per esempio, piazza Gae Aulenti e le tre fontane annesse al grattacielo Unicredit di Milano, oppure le scenografie delle trasmissioni televisive della Rai, oppure ancora la catena di negozi di abbigliamento Franco Rossi, gli store Nike Italia, lo Starthotel Ritz di Milano. Saranno, le linee led, davvero le luci del futuro, o si tratta solo di una moda? Secondo Malivindi, si poteva forse parlare di moda anni fa. Oggi il ragionamento è diverso e si basa sul contenimento dei costi: "L'illuminazione a led riesce a diminuire di dieci volte il consumo energetico, rispetto all'utilizzo dell'illuminazione classica. Se il ragionamento vale per un privato, ancora più allettante è per chi possiede uffici o un'attività commerciale e che dunque ha necessità di illuminare il negozio stesso, ma anche gli oggetti in vendita e di tenere accese le luci per tutto il giorno". Led Italy garantisce la consegna dei prodotti in tempi molto rapidi (da poche ore a una decina di giorni), grazie alla presenza dello stabilimento sul suolo italiano e alle tre linee di produzione e di sigillatura interne.



Illuminazione per interni negli uffici Geodata a Torino



■ **PROTO LABS** / Quotata in borsa dal 2012, l'azienda è nata nel 1999 in Usa e si occupa di stampa a iniezione

## Prototipazione industriale rapida

*Un servizio cruciale per le imprese che innovano: aiuta a ridurre il time to market*

**P**roto Labs nasce nel 1999 da un'idea di Larry Lukis, sbalordito dalla quantità di tempo e denaro necessaria per ottenere pezzi stampati a iniezione; risolse questo svantaggio sviluppando un processo automatizzato per produrre pezzi stampati a iniezione a costi e in tempi sensibilmente inferiori rispetto al passato.

Stimolato da una clientela in rapida crescita e con esigenze sempre maggiori, Proto Labs ha spinto la tecnologia al limite per produrre pezzi sempre più grandi e complessi, introducendo il servizio di lavorazione con macchine Cnc. Nel 2012 ha visto la quotazione in borsa, risultando una delle Opa di maggiore successo dell'anno. Il motto dell'azienda è "pezzi veri e in tempi rapidi".

Stefano Mosca, forte di un'ampia esperienza lavorativa, che ha spaziato dal manufacturing all'ingegneria e alle vendite, è da 3 anni il business developer per l'unità locale italiana di Proto Labs e, conoscendolo, si capisce come per lui sia chiaro quanto la sua azienda possa accelerare la crescita del settore manifatturiero italiano.

Perché un gruppo statunitense investe in Italia? Chiediamo a Stefano Mosca, che spiega: "Proto Labs è un gruppo internazionale che ha varie sedi anche in Europa; la casa madre si trova negli Stati Uniti e questo garantisce la giusta distanza per un'analisi



più oggettiva del nostro paese: l'Italia è infatti uno tra i primi paesi in Europa a fortissima vocazione manifatturiera e Proto Labs è il partner ideale nell'assistenza di questa tipologia di imprese. La timida ma stabile ripresa in atto fa ben sperare sul prossimo futuro, ma le aziende hanno bisogno di essere competitive velocizzando il time to market dei propri prodotti. Proto Labs nasce inizialmente proprio con la missione di ridurre drasticamente i tempi necessari per ottenere prototipi in plastica stampati a iniezione e di trasformare lo stampaggio a iniezione in una possibilità reale addirittura per prototipi e tirature ridotte".

Designer, progettisti e sviluppatori sono chiamati quotidianamente a immettere nel mercato nuovi prodotti e nuove soluzioni. Spesso per produrre anche solo il prototipo di un componente si devono aspettare settimane, perché il componente ha bisogno di uno stampo per essere prodotto. Proto Labs fornisce a designer e progettisti pezzi reali nelle forme e nelle finiture; i pezzi sono fabbricati nello stesso materiale e con lo stesso processo produttivo dei pezzi definitivi. Pezzi che possano tranquillamente essere testati e certificati come se fossero di

serie. Il vero supporto di Proto Labs sta nella velocità: la spedizione dei pezzi entro 24 ore dall'ordine non è soltanto una promessa pubblicitaria, con Proto Labs è realmente possibile. Team affiatato e competente, potenza di hardware e software, gestione intelligente del magazzino e un uso estremamente intelligente delle tecnologie più avanzate, queste sono le caratteristiche che secondo Stefano Mosca hanno portato Proto Labs a essere il punto di riferimento nella prototipia industriale rapida. E aggiunge: "Lavorare in Proto Labs è appassionante perché l'atmosfera è internazionale e lo scambio di informazioni tra di noi è quotidiano. In Proto Labs non vi è un solo singolo ordine che non passi dal

nostro portale web. Questo permette di ottimizzare il flusso delle commesse, minimizzare gli errori e fornire reale assistenza nella fase progettuale. La quantità di macchine installate in officina, il continuo aggiornamento delle attrezzature per la produzione unito a un magazzino di materie



prime sempre ben fornito, garantiscono che il prototipo ordinato possa essere consegnato in tempi brevissimi". L'introduzione della fabbricazione additiva va ad aggiungersi ai servizi di stampaggio a iniezione e lavorazione con macchine a controllo numerico (Cnc)

di Proto Labs, così da completare i servizi che vanno dalla prototipazione vera e propria fino alla produzione di volumi ridotti, rendendo Proto Labs un punto di riferimento unico perché capace di rispondere alle molteplici necessità nello sviluppo e nella realizzazione di prototipi e componenti industriali. Il 2015 è stato un anno ricco di novità per Proto Labs: è stato inaugurato il reparto di tornitura combinata a controllo numerico per pezzi in alluminio e da poco anche in acciaio inossidabile. E certamente anche per il 2016 il piano è di confermarsi quale punto di riferimento nella prototipia industriale in tempi rapidi, sia che si tratti di parti in materie plastiche che in metallo.

### Dettagli e finiture, prima di tutti

*La polimerizzazione tramite laser ultravioletto, o stampa in 3D, permette di realizzare prototipi estetici in tempi ridotti*

**D**i recente, a maggio di quest'anno, Proto Labs ha presentato la cosiddetta fabbricazione additiva - o stereolitografia -, conosciuta comunemente come stampa 3D. La stereolitografia consiste nella polimerizzazione, tramite laser ultravioletto, di strati successivi di resina termoindurente che, a seguito di

ripetuti passaggi, permette di ottenere la crescita del componente desiderato. Con la stereolitografia si possono realizzare geometrie tridimensionali anche molto complesse, permettendo agli sviluppatori di prodotti una rapida prototipazione anche nel caso di pezzi estremamente piccoli o geometrie particolarmente det-

### Novità in 3D: la parola a Stefano Mosca

**L**a sempre maggiore accessibilità della tecnologia di stampa 3D, e le numerose richieste da parte dei clienti, per la realizzazione di prototipi per finalità estetiche, hanno spinto Proto Labs a investire nel settore. "Dapprima - racconta il business developer di Proto Labs Stefano Mosca - acquisendo nel 2014 una società statunitense impegnata nella stampa additiva, stereolitografia, sinterizzazione



Stefano Mosca, business developer di Proto Labs Italia

laser selettiva su plastica (Sls) e Direct Metal Laser Sintering (Dmls). La tecnologia è stata inserita nel mondo Proto Labs caratterizzata con il plus distintivo dell'azienda: la velocità". I prototipi infatti vengono realizzati anche in 24 ore, si possono ordinare direttamente online calcolando immediatamente la quotazione e usufruendo dell'assistenza tecnica di Proto Labs. "Materiali, lavorazioni, finiture - prosegue Stefano Mosca - tutto è configurabile online, con la nostra assistenza pronta a controllare e suggerire la procedura migliore, e con tutte le garanzie legali". I materiali impiegati nella Stereolitografia sono tre, simili a quelli usati per la stampa a iniezione ma termoindurenti: uno bianco, uno nero e uno trasparente. I pezzi prodotti su ordinazione possono essere poi verniciati e testurizzati. "Sostanzialmente Proto Labs realizza un semilavorato - precisa Stefano Mosca - con due layer di definizione, 1 decimo di mm e 5 centesimi di mm, rifinito, se lo desidera, con la sabbiatura. Grazie alla completezza dei servizi di Proto Labs, siamo in grado di offrire ai nostri clienti un supporto completo, dal progetto al prototipo estetico, fino alla produzione delle preserie per la qualificazione dell'oggetto, la sua certificazione e i test funzionali. Proto Labs si propone quale unico referente, con il plus impareggiabile della velocità di esecuzione". A breve, annuncia Stefano Mosca "In Europa saranno disponibili ulteriori servizi in tecnologia additiva, in seguito all'acquisizione in Germania di Alphaform, che si sommeranno a quelli già attivi, e a quelli proposti tramite i macchinari presenti nella sede statunitense, ovvero il Mim, Metal Injection Molding, e il Thixomolding, la stampa a iniezione del magnesio".



■ **GANDELLI** / Raccoglie e trasforma il legname dal 1908. Opera con 5 divisioni dedicate a bioedilizia, estero e grandi strutture in legno

# La sostenibilità del costruire nasce dal legno

*Nuovi orizzonti per la bioedilizia, grazie alle tecnologie e all'ingegnerizzazione dei processi*

La nascita della Gandelli risale al 1908 quando Tranquillo Gandelli avviò per primo l'attività di abbattimento forestale e commercializzazione della materia prima. Il figlio Santo Gandelli portò avanti l'impresa applicando soluzioni all'epoca altamente innovative per il taglio degli alberi e il trasferimento della materia prima dalla foresta agli impianti produttivi. La terza generazione, con Luigi Gandelli, si dedicò alla lavorazione e alla trasformazione dei legnami convertendo l'azienda da forestale a industriale.

“Negli anni la segheria di famiglia si è trasformata in un'azienda sempre più strutturata e all'avanguardia, attraverso un percorso che l'ha vista evolversi da azienda industriale a impresa di costruzione - raccontano Ferdinando e Giuditta Gandelli, attualmente alla guida del gruppo. La passione per il legno e la profonda conoscenza della materia prima unite alla ricerca di tecnologie sempre più innovative sono rimaste

immutate e ci consentono di garantire l'eccellenza nelle realizzazioni edili nazionali e internazionali”.

Al fine di differenziare e ottimizzare i vari settori d'intervento e di soddisfare qualsiasi esigenza del cliente, Gandelli Group comprende attualmente cinque divisioni: Gandelli Legnami, matrice storica del gruppo, attualmente qualificata nella realizzazione di appalti pubblici e privati, in particolare strutture scolastiche e social housing; Gandelli House, specializzata nella bioedilizia per strutture turistico/alberghiere e altre commesse private; Gandelli Moçambique che dal 2013 si dedica all'espansione estera nel mercato edile e immobiliare e dell'edilizia dell'Africa subsahariana; Gandelli Suisse, creata nel 2014 con l'obiettivo di diffondere sul territorio svizzero le costruzioni lignee in bioarchitettura; Denaldi Strutture, l'ultima nata specializzata nelle grandi strutture, naturale prosecuzione dalla preesistente Denaldi Legnami.



Lasilo nido Beato Bertrando di Fontaniva (Pd) realizzato da Gandelli Legnami

“Lavoriamo per integrare progetto, sostenibilità e costruzione applicando il concetto di economia intesa non come il minor costo a breve termine, ma come sistema che consenta di evitare sprechi, massimizzare efficienza, prestazioni, sicurezza e durabilità nel tempo - dichiara Ferdinando Gandelli. Crediamo in un'architettura ricca di sostenibilità e siamo i partner ideali per realizzarla. Il legno è il nostro alleato per creare organismi edilizi sostenibili

che rendano l'uomo responsabile nei confronti dell'ambiente”. Oggi, grazie alle tecnologie avanzate e all'ingegnerizzazione dei processi, sono stati superati i limiti del legno in fatto di dimensioni, resistenza e uniformità del prodotto finale, aprendo nuovi orizzonti alle molteplici applicazioni del legno nell'edilizia. In particolare, i pannelli di legno lamellare a strati incrociati Xlam - Clt (Cross laminated timber), elementi di forma piana multistrato,



Giuditta Gandelli, project manager di Gandelli Group

composti dalla sovrapposizione di più strati di tavole incollate e ruotate tra loro in maniera alternata generalmente con un angolo di 90°, permettono di costruire edifici multipiano con struttura portante lignea. L'approvvigionamento avviene presso foreste certificate e regolate da specifiche politiche di rimboscimento (Pefc e Fsc) che prevedono una gestione sostenibile delle foreste, affinché con la riforestazione e la cura del bosco vengano garantiti il mantenimento del patrimonio boschivo.

“Nuove costruzioni per complessi residenziali e turistici, strutture commerciali e industriali, edifici multipiano, case plurifamiliari e ville di design, ristrutturazioni, sovrapposizioni e ampliamenti, coperture ad alto livello di ingegnerizzazione e tetti di ogni geometria, sono un esempio dell'ampia gamma di interventi realizzati e realizzabili grazie al lavoro a 360° del team aziendale - conclude Giuditta Gandelli. Vogliamo proseguire puntando a una presenza ancora più incisiva sul mercato internazionale, mettendoci al servizio di imprenditori e professionisti, forti della bontà delle nostre soluzioni tecniche, costruttive e tecnologiche e della competenza di tutti i componenti del nostro staff, professionisti esterni compresi”.

■ **GLOBAL-INFOTECH** / Tutte le soluzioni della nuova divisione creativa

## La comunicazione è interattiva

*Proiezioni in 3D, touch screen e multimedialità per coinvolgere*

L'automazione industriale resta il cardine del business aziendale. Ma Global-Infotech guarda avanti in cerca di ulteriori opportunità di sviluppo, accompagnando i propri clienti verso le nuove frontiere della comunicazione. Nasce così la divisione Comunicazione, che intende mettersi al servizio delle imprese che vogliono farsi conoscere e far conoscere i brand e prodotti in modo tradizionale, ma anche originale e divertente.

Per questo la divisione Comunicazione è in grado di occuparsi sia della pubblicità tradizionale sia di quella innovativa ed emozionale, offrendo la possibilità del noleggio e della vendita dei prodotti tecnologici e della creatività attraverso il sito web, le pagine social, e tutto ciò che al cliente serve per comunicare con questi mezzi.

È il caso del box olografico in grado di ricreare in modo virtuale le immagini o riprodurre in 3D oggetti fisici ideati e progettati attraverso i più comuni programmi di modellazione. La proiezione



Gianfranco e Jaarah Lombardo, ceo e responsabile marketing di Global-Infotech

dell'animazione virtuale si ricompono all'interno del box, senza ulteriori filtri di proiezione al suo interno. Questo permette di proiettare i progetti 3D e di farli interagire con oggetti fisici all'interno del box. Altro tool che prende sempre più piede è l'hostess virtuale. Si tratta di una vera rivoluzione per quanto riguarda l'assistenza al pubblico in grado di fornire le informazioni desiderate senza mostrare cedimenti nervosi in caso di clienti esigenti. Un sistema a doppia pannello permette invece a ogni

vetrina di trasformarsi in un display interattivo, un grande touch screen in grado di fornire una enorme quantità di informazioni. Una soluzione adatta alle presentazioni di prodotti nei negozi e come strumento per l'informazione in convegni o eventi. La proposta per l'interattività va al di là delle classiche vetrine. La divisione Comunicazione di Global-Infotech è in grado di proporre soluzioni per pavimenti, muri, tavoli o pareti che possono trasformarsi in terreni di gioco digitale da attivare con semplici gesti.

■ **B.B.T.** / L'azienda è pronta a investire 1,5 milioni per ampliare la produzione

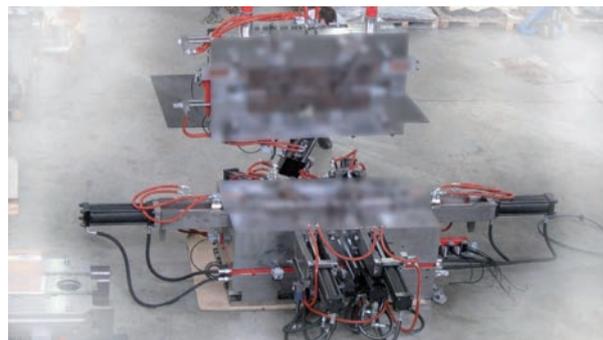
## Il partner strategico è il cliente

*Ma il cuore e le menti sono le maestranze, giovani e motivate*

Azienda nata, cresciuta e portata al successo a Tiezzo di Azzano Decimo, in provincia di Pordenone, ma con il cuore e le radici ancora oggi legatissime al Piemonte, terra di origine del fondatore, Mario Basso: la B.B.T., nata nel 1990, è specializzata nella progettazione e costruzione di stampi e trancianti di pressofusione di leghe leggere (alluminio e zama), di dimensioni medio-grandi, integrati su isole di lavoro robotizzate, secondo gli standard e i capitolati stabiliti dalla clientela (che fa riferimento ai settori automotive, elettrodomestici, motori

elettrici, automazione civile e industriale). A disposizione presso B.B.T. sono un ufficio tecnico di progettazione, dotato dei più moderni software; l'officina, che dispone di centri di lavoro ad alta velocità, fresatrici a 5 assi ed elettroerosioni a controllo numerico controllate su 4 assi in grado di lavorare 24 ore su 24, torni, rettifiche tangenziali, cilindriche da interni ed esterni, prove stampi e reparto di lucidatura. La collaborazione con il cliente è costante durante tutto l'iter di progettazione-lavorazione, e comprende anche la consulenza e l'as-

sistenza in fase pre e post vendita. Macchine e tecnologie sono gli “strumenti” di B.B.T., ma a far prosperare l'azienda sono le menti e i cuori delle maestranze, tutte giovani. Si sta parlando di 21 dipendenti, dall'età media di 35 anni. L'azienda è oggi guidata dalla seconda generazione della famiglia Basso: oltre al socio Daniele Milani, in azienda dal 1990, che segue la parte commerciale e di produzione, sono presenti le figlie del signor Basso, Silvia, che si occupa degli ambiti del controllo di gestione e finanziario, e Michaela, che si occupa di qualità e sicurezza e che ha il compito di pensare all'ampliamento del business all'estero (Germania in particolare). Il buon andamento dell'azienda è confermato dai numeri: il fatturato 2014 è cresciuto del +20% rispetto all'anno precedente e le previsioni relative al 2015 si attestano a un +10%; per i prossimi due anni sono inoltre previsti investimenti pari a 1,5 milioni di euro per ampliare ulteriormente la produzione.



Uno stampo di pressofusione

■ **COMDOMINIO** / È il frutto della stretta collaborazione tra Anicecommunication, Treperotto e 3x1010, tre aziende impegnate sul fronte della comunicazione

# L'unione fa più della forza. Comunicare su misura

Parole, immagini, azioni, strategie e idee: competenze diverse e complementari al servizio delle aziende, anche all'estero

Un unico spazio con vista la collina di Superga per tre diverse insegne che si integrano perfettamente tra loro e sono specializzate in servizi on e off line alla comunicazione.

È ciò che hanno deciso di condividere dall'inizio del 2014, con grande soddisfazione come dimostrano i quasi due anni di attività a strettissimo contatto, Anicecommunication, Treperotto e 3x1010, definendo la loro nuova realtà un vero e proprio "comdominio". "Un gioco di parole per descrivere una casa comune reale dove si lavora molto, ma non solo, sul virtuale", commenta l'articolato gruppo di lavoro. La collaborazione tra le tre realtà era attiva da anni e l'unione ha fatto sì che la comunicazione interna potesse generare ulteriore efficienza, migliorando anche la disponibilità di servizi verso i clienti, che possono avanzare qualunque esigenza per vedersene soddisfatte altre, anche quelle che non sapevano di avere.

"Ci occupiamo di contenuti, intesi come parole, immagini, azioni, strategie e idee.



La sede di via Torre Pellice 17 a Torino

Sono la base dei servizi alla comunicazione, se si vuole popolare un sito internet o occuparsi di uffici stampa e pubbliche relazioni, per organizzare un evento e sviluppare l'app che consente di gestirlo ovunque ci si trovi, per ideare una campagna pubblicitaria o i materiali below-the-line, se ci si inventa la storia per un gioco interattivo o si trovano le parole migliori per la promozione o per il servizio Seo", spiega l'équipe. Questo dinamico "comdominio" ha al suo interno professionisti specializzati e preparati per sviluppare i migliori "contenitori per contenuti", dalle strutture per il web e l'e-commerce ai relativi sistemi di gestione autonoma per l'aggiornamento e l'implementazione degli stessi. Il team è però in grado di andare anche oltre, creando dalle app mobile fino a soluzioni interattive e di gaming online.

Il quartier generale del network è in via Torre Pellice 17 a Torino. La dimensione è internazionale, con presenza anche a Roma, Parigi, Amsterdam, Berlino, Göteborg e Barcellona. "Collaboriamo alla realizzazione di diversi progetti e ne sviluppiamo altri in sinergia, le nostre realtà interagiscono e si integrano a diversi livelli e competenze nelle differenti fasi di lavoro - continuano i "comdomini" - soprattutto in progetti complessi e delicati in cui a ogni step è necessario l'intervento di un team altamente qualificato".

Lessersi riuniti in un unico spazio lavorativo condiviso, proseguono, ha moltiplicato e approfondito le occasioni di collaborazione tra le aziende, agevolando i flussi di lavoro con scambi informativi, operativi e conoscitivi più veloci e frequenti. Insieme hanno affrontato e brillantemente superato la contingenza economica negativa dell'ultimo biennio e

ora sono pronti a "cavalcare l'onda della ripresa generale con ancora più forza ed energia".

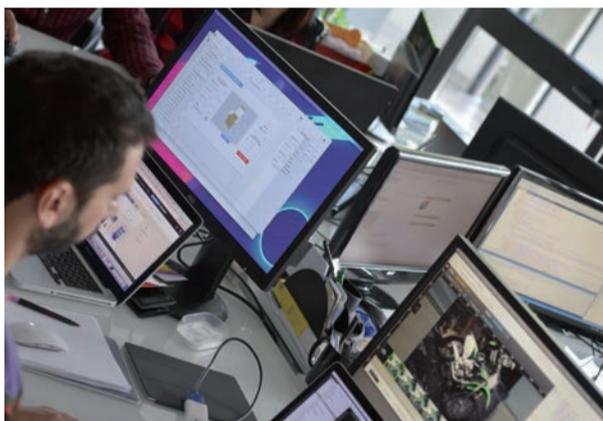
Anicecommunication, trademark di Anice srl, è specializzata nella creazione e gestione di contenuti il cui output si concretizza nelle più diverse forme di comunicazione aziendale on e off line: da quella istituzionale a quella informativa, da quella promozionale all'advertising per uffici stampa, Pr e marketing. Si occupa di stesura ed elaborazione testi per siti web e in funzione della presenza sui motori di ricerca (Seo & Sem), della creazione e realizzazione di messaggi e strategie per eventi e lanci di prodotto, fino ai più recenti servizi di social agency, ossia di redazione per social network e app, e di coordinamento internazionale di contenuti per siti internet.

Treperotto, marchio commerciale di Effepiweb, opera nel settore dell'Information Technology sviluppando ad hoc siti internet dinamici, sistemi di e-commerce, intranet/extranet aziendali e sistemi evoluti (Cms) di content management.

3x1010 Srl si occupa della creazione e sviluppo di app su social network e mobile - smartphone e tablet - nonché nell'interactive app, realtà aumentata, gaming e gami-

## Professionalità nella programmazione

Con i numeri non si scherza e lo sa bene il team di Treperotto ([www.treperotto.com](http://www.treperotto.com)), specializzato nei campi dell'Information and Communication Technology. Niente di più serio delle stringhe di programmazione, oggetti misteriosi per i profani ma semplici come le tabelline per chi le considera alla stregua del proprio codice genetico. Creare un'interfaccia web che risponda alle esigenze dei clienti più diversi, che soddisfi anche i loro bisogni latenti e inespresi e che sia, in più, graficamente accattivante, identificativa del brand e in linea con le esigenze del marketing non è una mission impossibile. La proprietà commutativa di Treperotto infatti dice che non ha importanza l'ordine con cui vengono moltiplicate le professionalità applicate a un progetto, purché siano razionali, reali, a volte complesse, ma interamente dedicate alla soddisfazione del cliente. Da qui allo sviluppo e assistenza di siti web ed e-commerce di ogni dimensione e complessità, alla realizzazione di piattaforme Cms evolute e multilingue, configuratori, comparatori di modelli e prezzi, e-brochure interattive, cataloghi online e gestione database è solo questione di professionalità.



Contenuti on e off line



Creatività e calcio balilla

ficazione con la realizzazione di giochi 2d e 3d. Con queste competenze, il "comdominio" sa calibrare opportunamente l'essenza dei progetti per servire aziende, brand, prodotti e servizi di respiro locale, nazionale e internazionale, cui offre esperienze specifiche nel rispetto del budget e dei tempi programmati. La flessibilità e l'integrazione snella e modulare che lo contraddistingue consente di servire clienti di differenti settori e con esi-

genze molto diverse fra loro. Nel "comdominio" di Anice, Treperotto e 3x1010 c'è il gusto per la cura e la soddisfazione dell'interlocutore, la moltiplicazione di soluzioni e possibilità e l'elevazione di potenza dei risultati. Valore aggiunto indiscusso è che tutto ciò avviene in modo naturale, stimolato da quell'impegno e passione che gli stessi professionisti manifestano in una sfida a calcio balilla. Che ha piena cittadinanza nei processi creativi.

## Tecnologia alla velocità della luce

Avver da subito riconosciuto le potenzialità di sviluppo delle nuove tecnologie legate all'utilizzo dei social network, alla diffusione dei dispositivi mobile, alle opportunità interattive applicate agli eventi, è stata l'idea che ha ispirato la nascita di 3x1010 ([www.3x1010.com](http://www.3x1010.com)), il cui nome altro non è che la formula che indica la velocità della luce in centimetri al secondo. In Treperdiennialadeci trovano spazio professionisti e tecnici provenienti da differenti esperienze nel mondo della comunicazione, specialisti in creazione e sviluppo di applicazioni web e mobile, social & interactive app, game & gamification e installazioni multimediali, tutti accumulati dalla specifica capacità di generare risposte e soluzioni veloci come la luce ma anche multiformi e variegate come i colori che proprio quest'ultima filtra. 3x1010 affianca agenzie e clienti nel progettare e realizzare soluzioni sempre innovative, supportandoli nella definizione del migliore approccio tecnologico per lo sviluppo dell'idea creativa più accattivante, capace di produrre engagement d'effetto con il pubblico, dalla realtà aumentata all'interazione con Arduino, Kinect, Cardboard e Oculus Rift.

## Il mestiere della comunicazione

Artigianalità di un tempo e strategie moderne caratterizzano l'approccio funzionale e originale di Anicecommunication

Comunicare la propria realtà aziendale è un'attività che comincia dalla scelta del nome e del logo e prosegue costantemente per tutto il ciclo di vita di un'azienda. Scegliere una strategia comunicativa sviluppando i contenuti in modo armonico e coerente in tutti i supporti informativi, promozionali e pubblicitari on e offline è quello che sa fare al meglio Anicecommunication ([www.anicecommunication.com](http://www.anicecommunication.com)), specializzata nel declinare in modo opportuno e per tutti gli usi e ambienti le parole, le immagini e le azioni della linea di comunicazione concordata. Con un partner come Anicecommunication sarà sufficiente un solo brief per ottenere molti output e si avrà sempre la certezza di avere a fianco un team di professionisti pronto a rispondere alle più diverse esigenze ottimizzando tempi e investimenti. Ma Anice-

communication potrà anche sviluppare un percorso comunicativo partendo da una singola necessità o rispondere a richieste estemporanee e specifiche, attivandosi quando serve e solo per il tempo necessario. Media agency di respiro internazionale, Anicecommunication si occupa di uffici stampa e Pr, marketing e web, promozione e advertising, ottimizzazione Seo e servizi di web marketing (Sem), eventi e presentazioni di prodotto, copy e creatività e servizi di social agency (redazione social, interazione utenti, grafica e strategia). Tutto questo con in più un gusto antico che sta tornando di moda perché sempre fresco, originale e indimenticabile.

■ **AST** / Oltre 30 anni di esperienza nella lavorazione della lamiera fine. L'azienda impiega 40 dipendenti e si avvale di un capannone di 3.000 mq

# I signori della doccia, al servizio dell'industria

*Soffioni e colonne a elevatissima personalizzazione, avvalendosi di macchinari e tecniche all'avanguardia*

Con oltre 30 anni di esperienza alle spalle, Ast è un'azienda che ha sviluppato nel tempo un know-how specifico nella lavorazione della lamiera fine in differenti campi fino a concentrarsi, oggi, sulla realizzazione di prodotti di alto livello per l'arredo bagno.

"Siamo specializzati in particolare nella produzione di soffioni e colonne doccia, e abbiamo focalizzato attenzione e risorse sull'utilizzo dell'acciaio inossidabile con finitura SuperMirror" afferma il titolare Antonio Astorino.

Si tratta di una finitura a specchio che rappresenta il top nel mondo dell'acciaio Inox, caratterizzata da un effetto super-riflettente.

"Una finitura che richiede una lavorazione molto particolare, e anche specifici accorgimenti a livello di stoccaggio e movimentazione" continua Astorino.

Per questo l'azienda, da sempre improntata allo sviluppo della tecnologia, dispone di un parco macchine all'a-

vanguardia, con macchine a taglio laser, macchine per saldatura con tecnologia robotizzata laser, e macchine per piegatura con presse piegatrici e centro robotizzato Cnc, oltre ad appositi macchinari per la lucidatura che, nel caso dell'acciaio SuperMirror, permettono di raggiungere un risultato speculare identico allo specchio. "Abbiamo anche sviluppato delle tecnologie interne finalizzate a un funzionamento ottimale delle macchine preposte all'assemblaggio e alla saldatura laser" commenta Astorino.

Con all'attivo 40 dipendenti e un capannone di 3.000 mq, Ast cura poi ogni fase di realizzazione dei propri prodotti, dallo schizzo alla progettazione, dal collaudo al confezionamento, fino alla consegna della merce in Italia e nel mondo. In particolare modo, molta attenzione è rivolta al collaudo, ponendo ogni prototipo e/o prodotto a severi cicli di test, volti a verificarne il perfetto funzionamento, atto a garantire



La sede di Ast

alla clientela una qualità eccellente.

Prodotti di altissima qualità, dunque, e molto particolari - soffioni a muro, a incasso, a libera installazione, bocche a lama d'acqua e innumerevoli accessori -, spesso realizzati su disegno del cliente.

"Pur partendo da modelli a catalogo, ogni prodotto risponde a esigenze specifiche e si caratterizza pertanto per un altro grado di personalizzazione - afferma Astorino -. In genere il cliente ci presenta un layout dell'oggetto da realizzare e su quello, avvalendoci della nostra esperienza e del nostro parco tecnico, interveniamo a livello di ingegner-

rizzazione industriale". Ast si interfaccia esclusivamente con l'industria dell'arredo bagno, non vende direttamente al rivenditore né al cliente finale. Sono dunque



Lavorazione a laser della lamiera

le industrie, sulla base delle idee dei propri progettisti e architetti, che sottopongono le specifiche richieste. L'azienda lavora anche, ma solo in minima parte, in altri settori, ad esempio per l'industria petrolchimica o elettronica, laddove viene richiesta un'accuratezza e una precisione nella realizzazione di articoli in lamie-

*Soffione doccia realizzato in acciaio inossidabile con finitura SuperMirror*



ra che la tecnologia di cui dispone può garantire. "Il nostro obiettivo è quello di perseguire un miglioramento continuo, sia a livello di struttura che di efficienza e di prodotto, così da soddisfare anche le richieste più esigenti di ciascun cliente" conclude Astorino.

Il costante miglioramento dei cicli di lavoro, la cura di ogni dettaglio, i considerevoli investimenti nelle nuove tecnologie, la continua ricerca e lo sviluppo di nuovi prodotti, fanno di Ast un sicuro partner per una collaborazione proficua e duratura, con notevoli benefici sia economici che strategici. Per maggiori informazioni visitare il sito [www.ast srl.net](http://www.ast srl.net).

QUICKWOOD ESPERIA S.R.L.

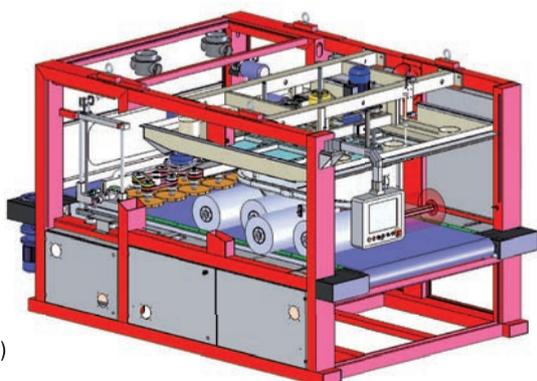
**QuickWood**



Il massimo della lisciatura del grezzo e del fondo su superfici sagomate di ante, antoni di armadio, porte, finestre, pannelli fresati sia in legno massiccio, che impiallacciato che MDF

VASTA GAMMA DI SPAZZOLE ABRASIVE FLESSIBILI E DI MACCHINE AUTOMATICHE STANDARD E SPECIALI CON PARTICOLARE ATTENZIONE PER L'ESECUZIONE DI LINEE E MACCHINE DI BRILLANTATURA A PASTA

QUICKWOOD System e PRO 1400



Via della Tecnologia, 6/1  
33050 Pavia di Udine (UD)  
Tel. +39 0432 655285  
Fax +39 0432 655284  
qw@quickwood.it

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

■ **RETAIL MODELING** / Rifornisce l'80% dell'assortimento della Gdo

## Innovare è un valore quotidiano

*Tra le ultime soluzioni, Light Bag, che sostituirà il cestino trolley*

Nulla è lasciato al caso, all'interno dei punti di vendita della grande distribuzione organizzata: materiali, luci, scaffali, percorsi espositivi. Ogni elemento è funzionale e finalizzato alla migliore esperienza d'acquisto. Il discorso riguarda anche gli strumenti che i consumatori usano per riporre la spesa, dai carrelli ai carrellini, nonché gli espositori della merce, gli strumenti informativi disseminati lungo il negozio. In questo settore l'innovazione è all'ordine del giorno, come racconta Sergio Lupi, direttore commerciale di Retail Modeling, azienda nata quasi due anni fa, "figlia" della società Revolution, da lungo tempo specializzata nella progettazione e forniture di soluzioni d'arredo, attrezzature e accessori per la moderna distribuzione. Retail Modeling lavora con i maggiori gruppi distributivi italiani e con alcuni grandi rivenditori esteri. L'80% dell'assortimento, precisa Lupi, "proviene dalla nostra produzione, che si avvale di 15 terzisti tutti ubicati



I nuovi avancassa di Unes/U2 realizzati da RM e i Light Bag

nelle Marche, tra le provincie di Ancora e Fermo. Per le nostre referenze usiamo materiali quali la plastica, il legno e il ferro. In soli due anni possiamo già vantare ben sei brevetti di nuovi prodotti e altre innovazioni sono previste a breve".

Obiettivo di Retail Modeling è quello di incontrare le esigenze della Gdo e dei consumatori, in modo che questi possano trovarsi in un ambiente familiare e a loro consono. Allo scopo vengono costruiti arredamenti e soluzioni sempre più funzionali e pratici. Un esempio

in questo senso è dato da un nuovo prodotto, già scelto da diverse catene: si tratta di Light Bag, un sistema di spesa che va a sostituire il classico cestino trolley e con manico. In questo caso, la merce non viene depositata rasoterra, per una maggiore igiene degli alimenti; il carrellino non obbliga il consumatore ad abbassarsi per posare la spesa; la sacca utilizzata è lavabile. "Light Bag è il nostro prodotto dell'anno, comodo, resistente, impilabile, igienico. Anche così rivoluzioniamo la shopping experience", conclude Lupi.

■ **TEICO** / Società di Arenzano giovane e in grado di progettare e costruire prodotti con materiali di qualità

## Il wellness raggiunge un nuovo livello

Tre categorie di prodotto: minipiscine, saune e vasche idromassaggio a prezzi competitivi

Prodotti di altissima qualità e un'attenta politica commerciale hanno contribuito a rendere il 2015 di Teico srl un anno ricco di successi e di soddisfazioni, a maggior ragione se all'interno di un mercato in netta contrazione. Lazienda, basata ad Arenzano in provincia di Genova, è una realtà giovane e altamente competitiva, ultra specializzata nel settore wellness, che in meno di due anni ha acquisito una grande notorietà nella produzione di mini piscine, piscine idromassaggio, vasche idromassaggio, saune, piscine nuoto contro corrente, sia per uso interno che esterno.

"A differenza della maggioranza dei nostri competitor, non ci limitiamo a rivendere prodotti di altre case" afferma l'amministratore unico Francesco Tringale. "Il segreto del nostro successo risiede nella capacità dell'azienda di progettare e costruire prodotti made in Italy realizzati con i migliori materiali e componentistiche presenti nel mercato, ma anche facili da installare e da gestire, proponendo

così un mix interessante di prodotti innovativi a prezzi molto aggressivi."

Lazienda si rivolge sia al privato che ristrutturata o costruisce la propria casa, così come agli architetti, alle imprese edili e, non da ultimo, alle strutture ricettive come gli alberghi, gli stabilimenti balneari e i centri benessere che cercano prodotti performanti e affidabili.

In Italia, è organizzata con tre siti Internet di riferimento per ogni categoria di prodotto:

Minipiscina.net, Saunaeau-ne.com e Vasca-idromassaggio.net che, per varietà di prodotti e modelli, rappresenta il maggior portale nazionale di vasche idromassaggio.

Queste realtà hanno portato nel giro di breve a risultati eccezionali su tutto il territorio nazionale e, forte del successo ottenuto, l'azienda ha deciso di recente di sbarcare in Francia con un sito nuovo - spaminipiscine.fr - e con l'apertura di una sede locale.

"Anche in Francia il riscontro è stato ottimo" commenta Tringale "a dimostrazione che il buon made in Italy, laddove permette di ottenere prodotti di ottima qualità a prezzi decisamente competitivi, è una formula vincente."

Qualità, dunque, che si unisce anche a prezzi estremamente vantaggiosi, resi possibili dal fatto che l'azienda si basa su una politica di 'filiera corta', vendendo direttamente dalla fabbrica al cliente finale sen-

za intermediari. In qualità di costruttore, Teico può vantare inoltre magazzini costantemente forniti, così da assicurare sempre una risposta in pronta consegna, anche per quanto riguarda l'aspetto dei ricambi. Senza dimenticare un'accorta politica promozionale che prevede sconti di listino e iniziative speciali quali la consegna gratuita di qualsiasi vasca idromassaggio. Non da meno, Teico ha all'attivo una rete di installatori su tutto il territorio nazionale che segue il cliente nella fase dell'installazione, ma anche nel posizionamento del prodotto e nel post-vendita.

"Un altro elemento determinante del nostro successo è la continua ricerca di soluzioni innovative e all'avanguardia" continua Tringale. "In tal senso, il 2016 porterà interessanti

novità nel comparto delle minipiscine, con l'introduzione di nuovi prodotti avanguardistici, sempre di altissima qualità, dotati di full optional come per esempio sotto il profilo di cromoterapia e aromaterapia."

Una categoria di prodotti ancora poco conosciuti ma destinati a diffondersi sempre di più nel prossimo futuro è poi quella relativa alle piscine per il nuoto controcorrente, che offrono al contempo un sistema di vero e proprio nuoto (grazie alla presenza di grandi bocchettoni d'acqua) e idromassaggio. Un sistema pratico e vantaggioso, sia nella versione interrabile che fuori terra, che risolve tutta una serie di problemi legati ai lavori di installazione e alle autorizzazioni: si tratta, infatti di strutture autoportanti e amovibili. Il catalogo Teico è ricco di questa tipologia di prodotti - vera alternativa alla piscina classica -, con modelli di differenti dimensioni, dai più piccoli fino a quelli da 7 metri, e con un range di prezzi in grado di trasformare in realtà il sogno di chiunque. Oltre che acquistabili su Internet i prodotti Teico sono visionabili nello show room di Arenzano, mentre l'azienda è presente a tre importanti fiere, quella dell'artigianato di Milano, a dicembre, alla fiera di Padova, a maggio, e alla fiera di Levante di Bari a settembre.



■ **A.F.** / Il riferimento per l'installazione e manutenzione di impianti di sollevamento

## I professionisti del traffico verticale

L'anima dell'azienda è il personale: competente e disponibile

"Professionisti del traffico verticale", di nome ma soprattutto di fatto. Con un team di collaboratori innovativo, tempestivo negli interventi, giovane e flessibile, A.F. Srl, azienda nata come Franco Carlo Ascensori, è presente nel settore degli impianti di sollevamento di persone e cose da oltre quarant'anni. Da piccola ditta artigiana, fondata da Carlo Franco, oggi A.F. installa impianti di sollevamento multi-marca in strutture pubbliche e in edifici privati a Torino e provincia, seguendone il funzionamento con piani di manutenzione accurati. Se solitamente i tempi di intervento vengono assicurati entro le 24 ore successive alla chiamata, "noi in circa due ore siamo in grado di essere in loco per sistemare il guasto", spiega Alberto Franco, figlio del fondatore e oggi alla guida dell'azienda. "Il 60% degli interventi sono risolvibili in tempi brevi, altri richiedono anche un intero giorno di lavoro, ma ciò che per noi conta è sempre raggiungere il miglior risultato,



A.F., da 40 anni 'professionisti del traffico verticale' - Nuova sede a Nichelino (To)

oltretutto a costi assolutamente competitivi, un aspetto, questo, che ha agevolato la crescita costante nel tempo di A.F. nonostante la crisi che ha investito il nostro e altri settori", afferma orgoglioso. "L'innovazione, che è tecnicamente fondamentale in questo comparto ed è soprattutto insita nel nostro Dna, negli ultimi anni si è estesa anche alla parte gestionale, totalmente informatizzata, e al miglioramento del servizio e del rapporto con il cliente, anche perché telefonando al nostro ufficio è sempre possibile parlare con me o con

uno dei responsabili dei servizi forniti. Oggi - prosegue - gestiamo gli interventi di assistenza notturna e quelli festivi in *outsourcing*, ma stiamo lavorando per internalizzare questa parte del lavoro e poterla svolgere direttamente con il nostro personale, vera anima dell'azienda. Ciascun membro del team di A.F. - conclude - rappresenta una parte essenziale: grazie alle diverse competenze, alle capacità personali, alla costante voglia di migliorare e spronare gli altri riusciamo a crescere e svolgere la nostra attività con cura artigianale."

■ **LABORATORIO GRUPPO 5** / Da teatri, musei e tv a Expo 2015

## Quando l'arte digitale non basta

Ha realizzato gli animali in scala 1:1 per il Padiglione Zero

La storia di Laboratorio Gruppo 5, società con sede a Settimo Torinese, inizia nel lontano 1974 quando un gruppo di giovani creativi si iscrive al Primo Liceo Artistico di Torino. Simonetta Carlevaro, Sergio Kucich e Alessandro Passarino alla fine di quel primo corso di studi pongono le basi per la nascita di questa realtà che ha tra le ultime produzioni di prestigio l'allestimento del Padiglione Zero dell'Expo 2015: gli oltre 80 animali in scala 1:1 e la montagna di rifiuti sullo spreco alimentare sono opera loro.

Dopo il Liceo i tre soci fondatori si iscrivono all'Accademia con una precisa idea di studi in comune che li portasse a fare della propria passione e creatività una professione. "Dopo la laurea - afferma Passarino -, abbiamo iniziato a lavorare su importanti progetti. Erano anni d'oro in cui l'attività di scenografia e di sviluppo di idee artistiche trovava finanziamenti e mecenati. Si lavorava molto con il teatro e con le televisioni private, ma



Alessandro Passarino, socio fondatore di Laboratorio Gruppo 5

anche in ambito museale e pittorico. Oggi i nostri clienti principali sono i grandi costruttori che sui grandi appalti riescono a realizzare e a tradurre in manufatto un'idea artistica, con una capacità di interpretazione delle idee e una attenta scelta dei materiali". Laboratorio Gruppo 5 ha lavorato con importanti personaggi del mondo del teatro e dello spettacolo, come per

esempio il grande scenografo Emanuele Luzzati, maestro in ogni campo dell'arte applicata, Giovanni Licheri, scenografo con esperienze a tutto campo dalla pubblicità al teatro, dal cinema alla televisione, e più recentemente con Arturo Brachetti, per gli allestimenti di un suo spettacolo teatrale. Sono di Laboratorio Gruppo 5 anche diversi allestimenti al Museo dell'Auto, al Museo del Cinema e al Museo del Barolo. "Per usare una metafora - sottolinea Passarino -, il nostro lavoro consiste nel creare il ciuffo di panna in cima alla meringata. Noi oggi siamo chiamati a intervenire quando la tecnologia digitale dell'immagine non basta, quando serve che l'arte pittorica, la scultura e le decorazioni siano un elemento vivo e reale. I nostri manufatti sono una produzione eterogenea e diversificata che diventano complementi di una arredo, di una architettura, di una performance o di un allestimento su richieste specifiche del cliente".

■ **FLUITEN** / Opera da oltre 50 anni e vanta per processi e prodotti le certificazioni Rina Iso 9001, Lloyd Certified, Ped, Atex e Aec

# Eccellenza nella meccanica di precisione

Realizza tenute meccaniche anche su misura, con applicazioni in molti settori, tra cui anche la nautica

Da oltre 50 anni la qualità dei prodotti Fluiten, azienda italiana che opera nel settore della progettazione e produzione di sistemi di tenuta meccanica, è quella preferita da grandi realtà nazionali e internazionali dei settori chimico, petrolchimico, energetico, oli&gas, oltre che farmaceutico e alimentare e, più recentemente, navale. Si parla di ambiti in cui le normative di riferimento sono davvero restrittive, specie perché legate a servizi gravosi e pericolosi, connessi alla sicurezza e all'inquinamento ambientale, quindi è gioco forza che "innovazione, precisione e qualità dell'esecuzione debbano contraddistinguere le tenute meccaniche di Fluiten, così come essere perfettamente corrispondenti a quanto richiesto dalle specifiche normative di settore", spiega Rino Campaniello, direttore commerciale dell'azienda. "Il nostro sistema qualità è nato dalla necessità di fornire prodotti eccellenti, che negli anni hanno ottenuto il riconoscimento degli



Prodotti, tenute componenti, cartucce serie "C", tenute per agitatori, tenute Api682 e sistemi di asservimento

enti certificatori: oggi Fluiten può vantare - puntualizza - le certificazioni Rina Iso 9001, Lloyd Certified, Ped, Atex e Aec".

Per diventare un'eccellenza nel settore della meccanica di precisione e competere con tante multinazionali esistenti, la qualità è stata condizione necessaria ma non sufficiente: innovazione, ricerca e sviluppo, flessibilità, reattività e velocità di risposta alle problematiche del cliente sono stati gli ulteriori ingredienti che

hanno reso Fluiten davvero competitiva sul mercato. La partenza è sicuramente stata - ed è tutt'oggi - il reparto interno di R&D, sul quale l'azienda da sempre punta con cospicui investimenti, quegli stessi, aggiunge Campaniello, "che nei periodi di crisi ci hanno permesso di continuare a innovare per sviluppare prodotti affidabili e tecnologicamente avanzati, basati sullo studio delle caratteristiche intrinseche dei materiali". Un'eccellenza, quella di Flui-

ten, che deriva anche dal plus di progettare, sviluppare e testare il prodotto in un unico luogo. Sì, perché nella sede di Pero (Milano) prende vita l'intero ciclo produttivo: "studio, sviluppo, progettazione, produzione, test di verifica e selezione finale vengono svolti dal nostro personale specializzato, sia nel caso in cui le tenute meccaniche siano standard o sviluppate sulle specifiche richieste dei clienti e quindi customizzate. Abbiamo realizzato - prose-

gue il direttore commerciale - una sala prove dinamiche, riconosciuta all'avanguardia in tutta Europa, all'interno della quale siamo in grado di svolgere complessi calcoli sperimentali e simulazioni di funzionamento dei prodotti nelle peggiori condizioni d'esercizio. Le tenute vengono progettate virtualmente, ma poi è necessario simulare le reali condizioni operative per testare con strumentazioni e banchi di prova che il prodotto risponda effettivamente



Pompa multistadio Lpg per raffineria in Algeria

ai criteri necessari in riferimento ai parametri operativi delle pompe e degli agitatori: velocità di rotazione, temperatura, pressione e fluido di processo".

La continua ricerca di soluzioni innovative ha portato allo sviluppo della nuova famiglia di tenute HIGF, studiata per tollerare pressioni fino a 150 bar e una velocità di rotazione che va oltre i 20 metri/secondo. "Questi prodotti - afferma Campaniello - sono stati sviluppati a fronte di una specifica richiesta di un cliente e sono già stati definiti 'ingegnerizzati' secondo la classifica dell'Api - American Petroleum Institute, l'ente che definisce le normative di riferimento nel settore oli&gas. Da anni - precisa - progettiamo prodotti in accordo a questa normativa, che richiede severi test di qualifica". Parallelamente ai prodotti per i mercati storici in cui opera, Fluiten ha sviluppato sistemi di tenuta oggi utilizzati dai più prestigiosi cantieri del settore navale. La presenza dell'azienda al Salone Nautico di Genova, quest'anno è per la prima volta seguita da quella al Mets - Salone Internazionale Nautico di Amsterdam, "un'occasione che consideriamo come un trampolino di lancio per affacciarsi sul mercato internazionale, fiduciosi del successo riscosso in ambito italiano", conclude Rino Campaniello.

■ **AIMON** / Operatore di telecomunicazioni veneziano nato nel 1996 e focalizzato in modo esclusivo sugli sms. Recentemente è entrato nel mondo dell'advertising

# Ottimi risultati per le campagne via sms

Tra i vantaggi: basso costo per contatto, tassi di lettura immediati e altissimi, fidelizzazione

Siamo tutti coscienti che il cellulare, oggi, rappresenta il canale di comunicazione privilegiato e preferenziale, uno strumento indispensabile per ciascuno e l'unico mezzo che viene consultato ovunque e viene sempre portato con sé. Il display del proprio telefonino è dunque l'interfaccia primaria di ogni interazione col consumatore, nonché la più intima. Stime recenti attestano che gli italiani controllano il cellulare fino a cinquanta volte al giorno. L'sms rappresenta perciò un canale di interazione esclusivo, immediato e indispensabile per ogni azienda che stia cercando di creare un rapporto di fidelizzazione e interazione con la propria clientela. Il suo coinvolgimento nella strategia aziendale è da considerarsi necessario per la crescita di qualunque tipologia di business, e nel futuro è prevista un'ulteriore esponenziale crescita dei campi di applicazione di questo strumento. L'sms è attualmente impiegato nella totalità dei segmenti di mercato in tutti i processi quotidiani di comunicazione "one to one", basti pensare alla gestione delle comunicazioni bancarie, ai reminder di appuntamenti e scadenze, all'invio di "one time password", agli sms di tracking, per avvisi e per conferme di preno-



Franco Turra, Ceo di Aimon

zioni. In un momento storico in cui l'importanza della relazione col cliente è attività di primario interesse per imprese Crm oriented, è fondamentale dunque essere focalizzati sugli strumenti che permettano di ottenere risultati nel modo più immediato, efficace e con un alto ritorno in termine di investimento. Ed è a questo punto che si comprende l'importanza dell'operato di Aimon, azienda veneziana nata nel 1996 da un'idea di Franco Turra, attualmente Ceo della compagnia. Aimon è un operatore di telecomunicazione focalizzato in modo esclusivo nell'ambito degli sms: questo fattore

ha contribuito all'ottenimento "ante tempore" di una visione mobile-centrica, un atteggiamento che le ha permesso di divenire partner ideale sia per la gestione del direct marketing che per la semplificazione di procedure di comunicazione di numerose imprese.

"I vantaggi per le aziende che utilizzino gli sms nei propri processi informativi sono molteplici - spiega Turra - in primis il risparmio economico: l'sms è altamente affidabile ed evita la dispersione di budget e tempo, non richiede investimenti in merito a creatività, stampa, distribuzione. Coinvolge inoltre il 100% del proprio target con un basso costo per contatto ma con un altissimo tasso di apertura. Altro elemento importante è quello delle tempistiche: si tratta infatti di un mezzo istantaneo che raggiunge in modo immediato tutti i destinatari ovunque essi siano. Mediante l'invio di sms si crea un rapporto preferenziale tra il mittente e il destinatario; in termini di fidelizzazione è lo strumento più efficace, consentendo di inoltrare coupon/sconti /promozioni da poter riscattare sia nei punti vendita che online". Una risorsa efficace insomma, con tassi di lettura altissimi (superiori al 98%) e tempi di lettura immediati

(il 95% dei destinatari legge l'sms entro cinque minuti dall'invio). La nostra attività - prosegue Turra - consiste nel fornire alle aziende gli strumenti più avanzati per lo sviluppo del mobile digital business. Con il servizio di sms gateway consentiamo alle aziende di comunicare con i propri utenti, sviluppando le relazioni e fidelizzando la propria clientela (attività di Crm, fidelity card, promozioni, avvisi ecc.). Il servizio di Sms Advertising è invece finalizzato all'ottenimento di nuovi clienti: uno

strumento promozionale che, con costi davvero contenuti, permette di convertire l'invio di una campagna sms in lead in real time".

Unitamente a tutto questo, nel corso degli ultimi anni, Aimon ha abbracciato il mondo dell'advertising specializzandosi nell'invio di cam-

pagne di sms promozionali su database profilati, finalizzate all'acquisizione di nuovi clienti e alla promozione di prodotti e servizi.

La profilazione del target di destinazione viene effettuata in modo accurato in base a sesso, fascia d'età e provenienza, garantendo una "redemption" elevata, l'ottimizzazione dei costi e il raggiungimento degli obiettivi e del target delle aziende clienti, senza alcuna dispersione.



■ **GARRONI PROGETTI** / Lo studio genovese è stato fondato nel 1971 dal professor Vittorio Garroni

# Progettazione per le imbarcazioni

La squadra di architetti, designer e ingegneri si avvale dei software più avanzati

È una storia fatta di passione e di grande talento quella della Garroni Progetti di Genova, uno studio di progettazione industriale fondato dal professor Vittorio Garroni nel 1971, il cui business è focalizzato sul design industriale di trasporti navali, sia per navi di grandi dimensioni da crociera o mercantili che per imbarcazioni da diporto e, parallelamente, sull'automotive e i trasporti in generale. "Lavoriamo prevalentemente con l'industria - afferma Garroni - e in questo ci distinguono dagli studi di designer nautici che progettano

la singola barca per il cliente privato". Composto da uno staff multidisciplinare di architetti, designer e ingegneri, lo studio - che ha oggi come capo progettuale il figlio Camillo Garroni - si caratterizza per una progettazione estremamente approfondita, che si traduce nella capacità di fornire al cliente un prodotto ben definito dal punto di vista costruttivo, anche tenendo conto del processo industriale successivo. Complici software di progettazione estremamente avanzati - quali Catia di Dassault Systèmes - sviluppa le imbarcazioni in



Jeanneau Yacht 53

tutti i loro aspetti, dal concept iniziale dello scafo in 3D alla convalida industriale del progetto maturo.

"L'implementazione di tali software ha richiesto un investimento significativo in termini economici, ma la differenza è notevole, dal momento che siamo in grado di consegnare un progetto esecutivo vero e proprio - commenta Garroni -. Come a dire: il nostro prodotto passa direttamente dai computer alla produzione, con un notevole risparmio di tempo e di costi".

La multidisciplinarietà porta, all'interno dello studio, anche la presenza di figure specializzate nella renderizzazione in realtà virtuale, oggi quanto mai utile per mostrare al cliente, sotto forma di immagini e filmati, il prodotto "come sarà nella realtà" prima ancora che sia costruito.

Nel mondo della nautica Garroni Progetti ha all'attivo una collaborazione trentennale con il prestigioso gruppo francese Bénéteau, il primo gruppo mondiale per la nautica da diporto che

detiene oltre 100 marchi diversi. In questo contesto è, da una decina di anni, progettista esclusivo del marchio Prestige, a cui appartengono motor yacht che hanno avuto una diffusione mondiale molto significativa. Allo stesso modo, è progettista storico anche del marchio Jeanneau, per il quale ha realizzato numerose barche a vela e barche a motore di vario tipo. Il Jeanneau SO 54 DS è, ad esempio, una delle barche a vela più apprezzate di sempre, mentre il best seller attuale delle barche a motore classe 15 metri è rappresentato dal Prestige 500, con centinaia di pezzi venduti in tutto il mondo. Tra i progetti più recenti, presentato al Salone di Cannes e al Salone di Genova, c'è il Prestige 680, una barca a motore da 20 metri che ha già venduto tutta la produzione del 2016. Precedentemente, e in parziale

accavallamento con il Gruppo Bénéteau, Garroni Progetti ha anche lavorato con la Nippon Yusen Kaisha Nyk Line di Tokyo (Gruppo Mitsubishi), uno dei principali operatori navali mondiali generalista dei trasporti marittimi, per il quale ha curato la progettazione di navi da crociera e navi passeggeri.

L'altra anima dell'azienda riguarda infine l'automotive, con lo sviluppo di carrozzerie per veicoli ricreativi come camper e motorhome e la progettazione, insieme a partner quali il Centro Ricerche Fiat e Iveco, di autobus e veicoli commerciali. "La progettazione di camper e caravan ha molte affinità con l'ingegneria nautica - conclude Garroni -. In tal senso, la nostra competenza nautica di modellazione dei volumi costituisce un valore aggiunto nella modellazione delle carrozzerie di questi veicoli ricreativi".

## Un professionista completo

Vittorio Garroni è il prototipo del progettista a tutto tondo. In parallelo all'attività professionale, è stato per 40 anni professore di Disegno Industriale presso il dipartimento delle Scienze per l'Architettura dell'Università di Genova e, all'interno di una collaborazione tra l'Università di Genova e il Politecnico di Milano, ha fondato la Scuola di Progettazione Nautica di La Spezia che ha alimentato gli uffici tecnici di tutti i cantieri italiani negli anni del boom.



Motorhome Mobilvetta EuroYacht

■ **BIONDA LEGNAMI** / Dal 1890 produzione, trasformazione e posa di legname

# Carpenteria tra storia e tecnologia

Pioniera nella costruzione di case in legno, oggi in bioedilizia

Azienda storica di Ornavasso (Verbania), Bionda Legnami è prossima a spegnere le prime 130 candeline. È infatti nata nel 1890 come segheria di legnami e legna da ardere. Nel tempo l'azienda è evoluta e ha subito diverse trasformazioni: oggi si occupa della produzione, trasformazione e posa di legname per ogni tipo di struttura in legno nel campo dell'edilizia. Sotto la guida di Vittorino Bionda, che ha rinnovato l'azienda negli anni

'70, Bionda Legnami continua con la quarta generazione un successo basato sull'innovazione tecnologica, sulla fornitura di prodotti di alta qualità e su metodi di lavorazione all'avanguardia, ma che sanno fare tesoro della tradizione carpentiera.

Bionda Legnami lavora sia legno massiccio sia legno lamellare (le materie prime sono certificate Ce) avvalendosi di macchinari a controllo numerico, così da offrire al cliente carpenterie pretagliate

pronte da assemblare. La ditta ha un proprio ufficio tecnico interno in cui lavorano professionisti del settore del legno che, avvalendosi di strumenti informatici molto avanzati, effettuano i calcoli statici e termici, progettano le carpenterie delle coperture, le pareti e i solai per ogni tipo di struttura. Al fine di fornire un'opera davvero completa, Bionda Legnami offre, inoltre, un servizio di posa in opera delle strutture e dei pacchetti isolanti con personale altamente specializzato.

Nel 2012, Bionda Legnami ha ottenuto dal Consiglio Superiore dei Lavori Pubblici la certificazione sulla trasformazione del legname a riprova della qualità dei materiali impiegati, a vantaggio della sicurezza delle costruzioni. Pioniera negli anni '80 nella costruzione di case in legno, l'azienda ha seguito l'evoluzione dei materiali e delle tecniche costruttive della bioedilizia per realizzare oggi case prefabbricate a telaio e in Xlam altamente performanti, su disegno del cliente.



Bionda Legnami si occupa della produzione di legname per ogni tipo di struttura in legno e ogni esigenza nel campo dell'edilizia

■ **ENOLMAC** / Opera in tutti i Paesi in cui vige il contrassegno di Stato

# Etichettatrici ad alta affidabilità

La famiglia Surra tra artigianalità e know-how metalmeccanico

Da più di cinquant'anni Enolmac si distingue a livello internazionale nella produzione di macchine etichettatrici rivolte all'applicazione del contrassegno di Stato o di etichette di qualsiasi dimensione, su contenitori dalle forme più svariate. Si tratti di macchine sigillatrici, automatiche, semi-automatiche, autoadesive o a colla: il denominatore comune di ogni prodotto progettato e costruito dall'azienda torinese resta l'affidabilità.

I modelli Enolmac sono robusti, compatti, concepiti per durare nel tempo, caratteristiche che hanno conquistato i mercati di mezzo mondo, sicché l'azienda rivolge il 90% del proprio fatturato all'estero in Paesi come Spagna, Portogallo, Repubblica Ceca, isole greche, Kazakistan o, più generalmente, in tutti quei Paesi dove sia presente un contrassegno di Stato. Parlare di Enolmac significa anche parlare della famiglia Surra la quale, dalla fondazione aziendale nel



Loredana Surra

1965 a oggi, ne fa una realtà in bilico tra abilità artigiana e competenze metalmeccaniche.

"I prodotti grazie ai quali siamo maggiormente conosciuti - evidenzia Loredana Surra, responsabile del commerciale, dei rapporti con l'estero e attualmente consocia insieme con il dottor Francesco Russo - restano le macchine per apporre il contrassegno di Stato a 'L' o a Cavaliere (cioè a 'U' rovesciata), con una capacità produttiva

fino a 3.000 pezzi l'ora. Normalmente il sigillo scende su un solo lato del collo della bottiglia: la soluzione a Cavaliere lo fa scendere invece nei suoi due lati".

Peculiarità Enolmac, capace di fare la differenza, è inoltre la personalizzazione: "Sono svariati gli esempi di clienti che ci hanno richiesto la realizzazione di macchine speciali che soddisfacessero le loro più specifiche esigenze - continua Surra - noi raccogliamo ogni sfida consegnando prodotti

confezionati su misura e dunque unici nel loro genere. Il 2015 è un periodo di crescita, confermando così un trend positivo che passa per una profonda fase di rinnovamento iniziata nel 2013. In questi ultimi anni siamo passati attraverso un'attenta operazione di ammodernamento, sia in ambito di ottimizzazione aziendale interna, che produttiva, adottando materiali come l'acciaio Aisi e, più generalmente, ampliando il target dei nostri interventi".

■ **SIMEI** / Il Salone Internazionale Macchine per Enologia e Imbottigliamento

# Come nascono le bevande

Dal 3 al 6 novembre: esposizione, convegni, incontri e workshop



Uno scorcio degli stand

È l'unica manifestazione internazionale biennale nella quale è possibile visitare contemporaneamente aziende impegnate nella produzione di attrezzature, macchine e prodotti per la produzione, l'imbottigliamento e il confezionamento di tutti i liquidi alimentari. Il Simei, Salone Internazionale Macchine per Enologia e Imbottigliamento, si svolgerà presso i padiglioni 9, 11, 13 e 15 di Fiera Milano (Rho) dal 3 al 6 novembre prossimi. Fiera leader mondiale nella tecnologia del vino, l'evento copre la produzione di tutte le bevande: un mercato

che vale 6 miliardi di ettolitri consumati all'anno, in crescita costante, e che ha continuo bisogno di tecnologia per razionalizzare la produzione e adeguarla agli standard più stringenti. Accanto ai padiglioni con le aziende, le iniziative organizzate dall'Unione Italiana Vini, che spaziano dagli incontri ai workshop per un aggiornamento altamente qualificato dei professionisti. In particolare, i due convegni internazionali del 3 e 4 novembre coinvolgeranno nelle cinque sessioni accessibili anche singolarmente un ricco parterre di rappresentanti presti-

giosi del mondo dell'industria e della ricerca, e interessanti case history. Le cinque sessioni saranno dedicate rispettivamente alla sostenibilità, con un approccio olistico, alla crescita qualitativa sostenibile e profittevole, all'analisi sensoriale quale tassello mancante nella viticoltura sostenibile, a come sviluppare un database di strumenti sensoriali e infine alle nuove frontiere del neuromarketing intorno al vino, con la misurazione delle reazioni emotive, a cura dell'istituto Iulm. Prestigiosi anche i moderatori saranno Natasha Walker, titolare di Nwa, e Ale-

xander Marchis, policy team coordinator dell'Opera Research Centre, che seguiranno l'ormai tradizionale approccio

interattivo incentivando gli interventi e le domande ai relatori. L'ingresso alla fiera e ai conve-

gni è gratuito, previa la compilazione di una scheda online; l'orario di apertura va dalle 9:00 alle 18:00.

## Innovation challenge, 21 progetti innovativi

Un bando per valorizzare gli espositori iscritti alla manifestazione Simei 2015 e in possesso di un sistema, una macchina o un prodotto ritenuto all'avanguardia nel settore: è l'Innovation Challenge "Lucio Mastroberardino", istituito da Unione Italiana Vini che quest'anno ha selezionato ben 21 "opere" meritevoli di menzione. Le valutazioni sono state espresse dal Comitato Tecnico Scientifico del bando, composto da autorevoli rappresentanti del mondo della viticoltura, dell'enologia, della comunità scientifica e delle aziende vitivinicole associate a Uiv. Quest'anno oltre agli autorevoli esponenti della ricerca in Italia ne hanno fatto parte anche diversi esponenti stranieri tra Germania e Francia, e si è cercato di mettere in luce il contenuto di sostenibilità economica, ambientale ed etico sociale dei progetti.

Il premio è articolato in due categorie: il Technology Innovation Award premia i progetti che si distinguono per la grande competenza scientifica unita all'esperienza in campo, e per l'approccio innovativo: un risultato raggiunto da 4 aziende. La seconda categoria è quella del New Technology Simei-Enovitis 2015 assegnato a progetti che comportino innovazione di processo e di prodotto significativi al punto da influire sul processo di produzione del vino nel suo complesso. È stato attribuito a 17 opere di 15 aziende.

I vincitori avranno diverse occasioni di visibilità nel corso della fiera Simei.

### I VINCITORI DELL'INNOVATION CHALLENGE 2015

#### Technological Innovation Award

- Alfa Laval spa - Foodec Centrifughe
- Diemme Enologia spa - Spin Filter
- HTS Enologia - Bionica
- TMCI Padovan spa - Filtro Finitore

#### New Technology Simei-Enovitis 2015-10-12

- Astro srl - VEGA
- Dal Cin spa - Light No Struck
- Diemme Enologia spa - Linea di pressatura QC 620
- DR Wine Tech srl - Riempimento "RiCaMo"
- Gai Macchine Imbottigiatrici spa - Monoblocco Lineare Pneumatico
- Ghidi Metalli srl - Nuovo Sebatoio Onda
- Gruppo Bertolaso spa - Controllo ottico per bottiglie perfette
- Innotec Tecnologie Innovative srl - Nitro-rinser
- Maselli Misure spa - CO2 Disciolta: Misura On-Line
- Nomacorc - ZEST!
- Nomacorc - Nomasense CO2 P2000
- Nomacorc - Nomasense Polyscan B200
- PE Labellers - Gruppo Autoadesivo
- Parsec srl - Colmatore TopTube
- Siprem Internationai srl - Extract System Bifunzionale
- Tecme International srl - Carro Vibrante inertiizzato
- Velo Acciai - Mod TLS 2-4-6-8

■ **CORO DÉVELOPPEMENT** / Da oggi disponibile anche un servizio mobile completo per l'imbottigliamento

# Chiusura di alta qualità per vini di pregio

ArdeaSeal è un tappo di nuova concezione, made in Italy, basato su tecnopolimeri

“La chiusura ArdeaSeal assicura in maniera costante le stesse prestazioni del miglior sughero nelle sue condizioni ottimali”. Definisce così, la responsabile marketing e comunicazione di Coro Développement Srl Alessandra Borella, questa chiusura innovativa e altamente tecnologica destinata al settore dei vini di qualità.

Un tappo di nuova concezione nato nel 1999 da una divisione del gruppo Guala. Oggi Coro Développement, di proprietà francese, ha destinato ingenti investimenti al progetto ArdeaSeal: la produzione è stata incrementata con l'acquisto di nuovi macchinari per i semilavorati e la rete commerciale è stata ristrutturata e potenziata sia a livello nazionale che internazionale. Il tappo, nato da uno studio e da una progettazione accurati affiancati dalla ricerca dei migliori materiali e da un'ingegnerizzazione di processo all'avanguardia, garantisce prestazioni costanti nel tempo “grazie alla sua struttura e ai materiali utilizzati quali



Chiusure ArdeaSeal

tecnopolimeri scelti per proprietà meccaniche, di permeabilità ai gas (O2) e per inerzia chimica - spiega Alessandra Borella -. I numerosi test effettuati hanno messo a confronto lotti imbottigliati con questa chiusura innovativa e quella tradizionale, confermando la validità della chiusura ArdeaSeal. Viene garantita - prosegue - la totale assenza di contaminazioni chimiche e di deviazioni organolettiche, la giusta permeabilità all'ossigeno per custodire inalterate nel tempo tutte le qualità e le caratteristiche del vino e consentita la sua natu-

rale evoluzione. La costanza nelle performance lo rende principalmente indicato per i vini da invecchiamento”. Per ottenere tali prestazioni, ArdeaSeal si compone di tre parti distinte, ognuna delle quali svolge un compito preciso. Il telaio, ovvero l'anima, è il componente strutturale della chiusura, elemento rigido di supporto e di contenimento, realizzato con il processo di stampaggio a iniezione. Questa soluzione “è protetta da brevetti internazionali e ha anche il compito di guidare l'inserimento del cavatappi, lo stesso - specifica Alessandra

Borella - normalmente utilizzato per i tappi in sughero”. La seconda parte, definita scudo, è invece l'unica componente a contatto con il vino e per questo realizzata “con un materiale inerte, il miglior tecnopolimero esistente, lo stesso usato in campo medico per creare le valvole cardiache”. Anche lo scudo è stampato con la tecnologia a iniezione e senza alcuna additivazione. Infine il corpo, la parte comprimibile del tappo, grazie all'interferenza con la superficie interna del collo della bottiglia, garantisce con uniformità e costanza la

tenuta nel tempo. Realizzato con un elastomero termoplastico e con tecnologia di sovrastampaggio a iniezione, “assicura che l'ossigeno passi solo lateralmente, tra tappo e collo della bottiglia. Al cliente - sottolinea - offriamo la possibilità di personalizzare l'innovativo sistema di chiusura, scegliendo il colore del telaio e del corpo tra la gamma esistente e riproducendo l'immagine dell'azienda o la grafica dell'etichetta del proprio vino. L'intero processo di produzione, che include la realizzazione dei suoi componenti ed è costituito dalle fasi di stampaggio, assemblaggio e sovrastampaggio, è svolto nel nostro stabilimento di Tortona: ArdeaSeal è un prodotto che, dall'idea alla tecnologia, è 100% made in Italy”.

La chiusura ArdeaSeal si applica in imbottigliamento sulle linee tradizionali con un semplice adattamento, sostituendo il gruppo di compressione con un dispositivo cen-

tratore tronco-conico. Oggi è nata Coro Equipement Srl, nuova divisione dell'azienda che offre al cliente un servizio mobile di imbottigliamento completo e un servizio di assistenza tecnico sulle macchine di imbottigliamento di proprietà dei clienti.

L'innovativa tecnologia è già stata adottata da numerose aziende vinicole italiane, francesi, spagnole e da importanti produttori quali Domaine Ponsot, Liber Pater, Domaine Capitain, Compté Senard, Walter Massa, Claudio Mariotto, Daglio, Vigna Traverso, Ornella Molon, Antonio Bigai, Comincioli, Frank Cornelissen, Carini e anche da produttori di birra come 32 Via dei Birrai. Nuovi mercati come l'Australia, la Bulgaria e l'Ungheria stanno adottando ArdeaSeal e per il 2016 Coro Développement punta a espandere ulteriormente il mercato di riferimento, coinvolgendo anche quello americano. Per ulteriori informazioni visitare il sito [www.ardeaseal.com](http://www.ardeaseal.com).



Strutture e componenti ArdeaSeal

■ **NEOSOFT-BANCOMAIL** / La società genovese fondata nel 2002 vanta un database di 700 mila anagrafiche in Italia e 4 milioni di anagrafiche nel mondo

# Il database su misura per l'email-marketing

Trasparenza, rispetto totale della privacy ed elevatissima professionalità al servizio della comunicazione delle imprese

La email continua a vivere anni felici, per nulla intaccata nella sua funzionalità e nel tasso del suo utilizzo dai social network. Se la quotidianità di ciascuno non fosse sufficiente a confermare tale realtà, lo sarebbe il confronto con il mondo del marketing, ove l'email resta uno tra gli strumenti d'elezione. Per diversi motivi, uno dei quali, non certo secondario, è il report di verifica che consente di sapere esattamente chi l'ha ricevuta e quanti l'hanno letta, approntando di conseguenza ulteriori azioni ancor più mirate e profonde.

Perché l'efficacia raggiunga davvero il top è fondamentale che il destinatario rientri appieno nel target desiderato e i suoi contatti siano quelli corretti e aggiornati. È a questo punto che si inserisce l'attività iniziata nel 2002, e per nulla sfiorata dalla crisi, di Neosoft-Bancomail, la società fondata a Genova e guidata dall'amministratore delegato Andrea Mazzeo, che è arrivata ad avere 700 mila anagrafiche in Italia e 3,7 milioni di anagrafiche nel mondo.

Un vero e proprio tesoro messo a disposizione di una molteplicità di interlocutori, dalle piccole e medie aziende di tutti i settori all'ambiente del turismo. Ma a rivolgersi alla società sono anche la pubblica amministrazione e le aziende di grandi dimensioni, soprattutto usando il portale ([www.bancomail.it](http://www.bancomail.it)), l'interfaccia privilegiata con il resto del mondo "avendo scelto di operare quasi esclusivamente con l'e-commerce", specifica il manager.

Diversi i tratti che fanno di Bancomail una società del tutto differente nel settore. Il primo - ed essenziale - è che l'azienda vende database, non spedisce mail per conto terzi. "Specificato cioè il target che si vuole raggiungere - illustra Mazzeo - noi predisponiamo gli elenchi aggiornati, orga-

nizzati con indirizzo, numero di telefono e naturalmente l'indirizzo mail centrale degli interlocutori che rientrano nel settore o nell'area che si vuole raggiungere, e lo consegniamo al nostro cliente". Un lavoro fondato sulla "completa trasparenza", sottolinea e "su un uso corretto della privacy, seguendo cioè rigorosamente tutte le norme al riguardo, di modo che il nostro cliente si senta tutelato. Con la consegna del database termina il nostro compito e inizia quello del cliente: la parte migliore è quella dei risultati". Prosegue - Nei casi in cui preferisca essere supportato da professionisti del marketing, sopraggiunge la nostra rete partner. Entriamo nuovamente in gioco nelle fasi di aggiornamento dei dati, che sono costruiti sulle esigenze di ogni richiesta". Ragione per cui, con un rischio di doppioni o sovrapposizioni nullo, le imprese possono ottenere nuovi dati, in linea con le evoluzioni del mercato.

Strutturata come un'azienda manifatturiera, Bancomail ha un ufficio marketing dedicato e un reparto produzione dove si compongono i database attingendo da moduli proprietari, acquisizioni di dati specializzati e reperimento di informazioni da fonti pubbliche attraverso gli open data. Inoltre, è attrezzata con un reparto di ricerca e sviluppo, "un lusso cui abbiamo sempre tenuto", sottolinea Mazzeo, dove lavorano tre persone dedicate per rendere il sito web sempre più performante. Molto lineare a una prima visione e anche di semplice utilizzo, "nasconde" infatti meccanismi complessi per poter fornire un servizio sofisticato di e-commerce. Nel laboratorio di R&S, inoltre, si studiano sempre nuovi test e strumenti per rendere almeno in parte automatizzato il lavoro di aggiornamento dei data center, la ripulitura delle

La sede Neosoft-Bancomail



## Il Partner giusto per intercettare il target

**A** livello pratico, la capacità di indirizzare in modo puntuale contenuti a pubblici specifici, nei luoghi e tempi in cui sono soliti agire, è un grande vantaggio che la tecnologia attuale rende accessibile all'email marketing.

Il programma Partner di Bancomail risponde a questa opportunità ed è rivolto agli operatori del settore della comunicazione/digital che vogliono offrire ai propri clienti un servizio professionale completo.

"Oltre ad avere più di 4 mila clienti, collaboriamo con più di 450 partner, aziende del settore che rivendono o integrano i nostri database all'interno dei propri servizi di email marketing", spiega Alice Vezzoso, responsabile del programma Partner Bancomail. Per strategia, prosegue, "abbiamo scelto di occuparci esclusivamente della fornitura, non ci occupiamo dei servizi creativi legati all'utilizzo dei nostri database, ma demandiamo alle agenzie specializzate questo importante compito". Il programma Partner "non ha benefici solo dal punto di vista commerciale - prosegue l'esperta -, ma anche in termini di visibilità e know how. Offriamo un canale di vendita e aggiornamento dedicato, un sistema di affiliazione e diverse occasioni di visibilità".

Il mercato sta continuando a premiare l'email marketing per efficacia ed economicità. "Un dato tra tutti - racconta l'amministratore delegato Bancomail, Andrea Mazzeo - è rappresentato dal 70% degli utenti business, i quali confessano che l'email resta il principale canale di comunicazione con altre aziende. Questo ci ha permesso un tasso di crescita deciso, con un fatturato semestrale che segna il 30% di incremento - conclude -, in controtendenza rispetto ad altri settori del digital.

obsolescenze e la standardizzazione dei dati acquisiti.

Bancomail collabora con più di 450 partner-rivenditori. Si tratta di web agency che sono sparse su tutto il territorio italiano e che fanno riferimento all'azienda genovese per acquisire database mirati alle necessità dei propri clienti. "I nostri elenchi - ribadisce l'amministratore delegato - sono verificati da persone reali, familiari alle sfumature territoriali e linguistiche che influiscono sulla struttura. Il team dedicato è composto da 10 persone a livello nazionale

e 5 a livello mondiale, uno per continente, che incrementano e aggiornano il database con l'ausilio di sofisticati strumenti informatici".

L'obiettivo di Bancomail, conclude, "è far arrivare la campagna marketing dei nostri clienti al giusto destinatario e siamo così sicuri dei nostri dati, che li garantiamo al 100 per cento".

Nel futuro prossimo dell'azienda ci sono un processo spinto di internazionalizzazione del sito web e il potenziamento del rapporto con la rete dei rivenditori.



## Internazionalizzazione: obiettivo Europa

Nel 2016 l'azienda mira a consolidare la propria presenza all'estero attraverso la distribuzione in 6 nuovi Paesi

**I**l processo di internazionalizzazione di Bancomail è parte fondamentale del piano strategico 2015-2016, che nello specifico prevede la distribuzione nei primi sei mesi del prossimo anno in 6 nuovi Paesi, con una presenza e una gestione diretta in ciascuno di essi. Obiettivo immediato sarà il consolidamento dei rivenditori anche all'estero.

Bancomail, infatti, dopo aver alimentato una rete consolidata sul territorio italiano

di 450 rivenditori ha deciso di fare rotta sull'Europa. "In virtù di questo obiettivo - sottolinea Francesca Grillo, responsabile marketing di Bancomail - sono state stanziare le risorse per portare il database al volume critico di cinque milioni di record entro fine anno, per coprire aree geografiche e categorie merceologiche particolarmente appetibili".

Metodiche tradizionali di avvicinamento ai mercati esteri da parte delle

aziende prevedono, oltre che budget di rilievo, importanti analisi di mercato. "Un nuovo approccio per scovare e aggredire nuovi mercati alternativi e promuovere prodotti e servizi all'estero è certamente offerto dal marketing digitale", spiega Francesca Grillo. L'email marketing offre strumenti di analisi per valutare la ricettività di un territorio rispetto alla propria offerta. "Si tratta di un metodo mirato, profilato, personale ed efficace per comunicare in modo immediato con il proprio pubblico di riferimento", conclude. I costi di Bancomail sono "convenienti e trasparenti" e i benefici "sono facilmente individuabili e misurabili".

■ **RISORSE IDRICHE** / Le direttive del II Piano di gestione del distretto idrografico del fiume Po

## Obiettivo: stato ambientale "buono"

*Più attenzione a sinergia operativa, costi ambientali, agricoltura, artificializzazione*

Tutelare, gestire e risanare le risorse idriche del maggiore fiume italiano attraverso una attenta verifica dello stato ambientale di corsi d'acqua, laghi, acque sotterranee del suo bacino è quanto prevede il II Piano di gestione del distretto idrografico del fiume Po. Presentato nei giorni scorsi in un convegno a Torino, il documento, redatto dall'Autorità di Bacino del Po in collaborazione con le Regioni della pianura padana, dovrà essere adottato entro fine anno, come previsto dalla normativa nazionale e comunitaria.

Nel corso del convegno, cui hanno preso parte, fra gli altri, l'assessore regionale all'Ambiente Alberto Valmaggia, sono state illustrate le misure che verranno adottate nei prossimi sei anni.

"Anche nella redazione di questo Piano - ha sottolineato Valmaggia - il nostro modus operandi è di lavorare nell'ottica della condivisione, cercando soluzioni comuni fra soggetti diversi, come avvenuto per la consultazione pubblica online sulla qualità dell'aria

in Piemonte". Per quanto riguarda la qualità delle acque, come risulta dai dati dell'ultima Relazione sullo stato dell'ambiente dell'Arpa regionale, i problemi principali del Piemonte si concentrano su un'aliquota di corpi idrici superficiali con stato ecologico inferiore al "buono" e sull'inquinamento delle falde superficiali, ma si sta lavorando per ridurre questo gap.

Dopo l'adozione del 1° ciclo, avvenuta nel febbraio del 2010, in tutta Europa è stata avviata una verifica dell'attinenza dei Piani a quanto previsto dalla direttiva quadro sulle acque per raggiungere l'obiettivo di stato ambientale "buono", anche avviando dei procedimenti propedeutici alle procedure di infrazione. Il 2° ciclo di pianificazione di distretto ha visto un rafforzamento della collaborazione in sede di Autorità di Bacino.

Il Piano di gestione attuale si basa su un quadro aggiornato dello stato di qualità ambientale delle acque e delle pressioni antropiche, rilevate in modo puntuale sul terri-



Fotolia.com

Entro fine anno va adottato il 2° Piano di gestione del distretto idrografico del Po

Creatività dinamica



torio, e tiene conto delle raccomandazioni fornite dalla Commissione europea a seguito dell'analisi della prima applicazione della direttiva nei Paesi dell'Unione. Le criticità evidenziate dall'Ue sono state di indirizzo per questo nuovo Piano, al fine di individuare soluzioni alle problematiche ancora esistenti ed evitare possibili futuri provvedimenti di infrazione. Fra i problemi individuati: scarsa sinergia operativa, mancato recupero dei costi ambientali,

mancanza di quantificazione dei volumi idrici prelevati in agricoltura, eccessivo sfruttamento e artificializzazione dei corsi d'acqua.

I passi successivi riguardano l'aggiornamento dei Piani di tutela delle acque, intesi come ulteriore specificazione delle misure a livello locale e approfondimento di tematiche affrontate a livello generale nel piano distrettuale.

**Indirizzo del nuovo Piano sono state le criticità evidenziate dall'Ue, tra cui scarsa sinergia ed eccessivo sfruttamento dei corsi d'acqua**

## La danza in Lavanderia, a Collegno

La Lavanderia a Vapore di Collegno, diventata polo regionale della danza e riconosciuta sede di una delle nuove residenze volute dal Ministero dello Spettacolo, aprirà il 13 novembre con una Notte bianca la nuova stagione Open 24/7, che comprende oltre 50 appuntamenti. Capofila del progetto la Fondazione Piemonte dal Vivo, braccio operativo della Regione nel settore degli spettacoli live, che ha ottenuto la struttura in concessione decennale.

"Piemonte dal Vivo - sottolinea l'assessore alla Cultura, Antonella Parigi - è un ente strumentale della Regione al servizio delle compagnie piemontesi, un alleato di chi opera in campo artistico e che porta avanti quella che per noi è una visione della politica culturale molto chiara: difendere ciò che di importante si è sviluppato sul territorio e garantire la produzione artistica cogliendo il talento. In questo rientra il progetto di fare della Lavanderia a Vapore un luogo della danza per tutte le compagnie".

Un luogo, aggiunge il direttore della Fondazione, Paolo Cantù. "per potenziare le opportunità di crescita degli artisti del territorio e attrattivo per la creatività internazionale".

I progetti di residenza si svilupperanno su modelli di stampo europeo, avendo come obiettivo primario il sostegno alla creazione, con un'attenzione alle nuove generazioni, allo scambio e al confronto transfrontalieri, favorendo occasioni di circuitazione delle opere in ambito interregionale e internazionale. Ogni anno sono previste almeno due residenze lunghe e una residenza masterclass.



**Torrone e Cioccolato:**  
*Passione di famiglia*  
da 1885

[www.sebaste.it](http://www.sebaste.it)  
[info@sebaste.it](mailto:info@sebaste.it)

# C'è un nuovo modo di fare Sociale

Fare  
Impresa  
nel  
sociale®



## PIEMONTE

Sono questi gli imprenditori che ogni mese si distinguono contribuendo in modo attivo e costante a finanziare progetti sociali nella regione:


In **dieci anni di attività** I Bambini delle Fate ha coinvolto oltre **1000 imprenditori** e **1000 privati** che, contribuendo in modo costante e continuativo, permettono il finanziamento di **36 progetti** in 9 regioni. Nel corso del 2015 sono state avviate nuove attività, in particolare il primo finanziamento a un **progetto di ricerca** coordinato dall'**Istituto Superiore della Sanità** per la diagnosi precoce della sindrome autistica.



Sostieni i nostri progetti: anche tu puoi fare parte di questa formidabile squadra!

[www.ibambinidellefate.it](http://www.ibambinidellefate.it) Franco e Andrea

I Bambini delle Fate Piazza della Serenissima, 20 - 31033 Castelfranco Veneto (TV) - Tel. 0423.420193 - Fax 0423.493337 - [www.ibambinidellefate.it](http://www.ibambinidellefate.it) - [info@ibambinidellefate.it](mailto:info@ibambinidellefate.it)

# ALGE COLLECTION

## Wellness SPECIAL

soluzioni per vivere in gran forma



per appuntamento +39 349 2712049 +39 348 0506096 Numero verde 800 577385

alge@alge.it [www.algecollection.it](http://www.algecollection.it)



Gruppo

**IDROCENTRO**

