FAREIMPRESA

OTTOBRE

periodico
Omologato
DCOER1519
Posteitaliane

23 OTTOBRE 2015 // N. 9 // ANNO 22 // 2 € // POSTE ITALIANE S.p.A. - SPEDIZIONE IN ABBONAMENTO POSTALE D.L. 353/2003 (CONV. IN L. 27/02/94 N° 46), ART. 1, COMMA 1, DCB PADOVA CONTIENE I.P.

SAPER(CI) FARE

Mentre il nostro "Made In" corre nel mondo
bisogna saper sfruttare strumenti e strategie,
dai fondi euro-regionali alle reti d'impresa



I buoni progetti hanno bisogno di guardare lontano

Artigianfidi Vicenza accompagna la tua azienda.
Aiuta i buoni progetti a svilupparsi
e a raggiungere gli obiettivi.
Garantisce la tua impresa, per farti trovare
la fiducia che meriti e le risorse di cui hai bisogno
per allargare i tuoi orizzonti.

artigianfidi VICENZA

La garanzia che dà forza all'impresa

promosso da Confartigianato Vicenza

www.artigianfidivicenza.it



studiomama.it - foto Tommy Lai

FAREIMPRESA
Periodico economico mensile

Direttore responsabile: **Antonio Stefani**
In redazione: **Stefano Rossi, Valentina Celsan**
Contributi multimedia: **Vito Trapani**
Coordinamento editoriale: **Stefano Baroni**
Sede: via Fermi, 134 - 36100 Vicenza - 0444 392300
stampa@confartigianatovicenza.it
www.confartigianatovicenza.it
Editrice: CESAR srl, via Fermi, 201 - 36100 Vicenza

Presidente del Consiglio di Amministrazione:
Martino Pesavento

Impaginazione e grafica: **nextrasrl.com**
Stampa: **Centro Stampa Editoriale srl**
Grisignano di Zocco (VI)
Pubblicità: Rasotto, Borgo S. Lucia, 51 - 36100 Vicenza
0444 301628

Registrazione al Tribunale di Vicenza n° 788 del 17/12/1993
N. ROC 3894
Poste Italiane S.p.A.
Spedizione in Abbonamento Postale - D.L. 353/2003
(conv. in L. 27/02/2004 n° 46) art. 1, comma 1, DCB Padova

Questo numero è stato stampato e diffuso in 24.000 copie

Hanno collaborato a questo numero:
Christian Caleari, Nicola Carrarini, Valter Fabris, Sandra Fontana, Luisella Frezzato, Renato Grotto, Sabrina Nicoli, Erika Parolin, Tiziana Pettenuzzo, Matteo Pisanu, Ivan Rigoni, Vladi Riva, Andrea Saviane, Valentino Varotto, Federica Vencato

Confartigianato VICENZA

seguici on line

www.fareimpresa.info LinkedIn



QUESTO MESE IN COPERTINA

Con quella faccia un po' così, come fa quel tizio in copertina a essere il destinatario di tanti baci? Evidentemente è uno che ci sa fare, che compie le mosse giuste al momento giusto. Fuor di metafora, l'immagine scherzosa vuole sottolineare che nella vita e nel lavoro, nonostante si parta apparentemente svantaggiati rispetto ad altri, tuttavia si possono azzeccare alcune scelte giuste per avere successo. Sulla carta, una piccola impresa sembrerebbe avere meno occasioni di ottenere risultati rispetto alla grande azienda, e invece può farcela: perché anche per lei esistono possibilità, opportunità, strumenti e strategie tali da consentirle di raggiungere traguardi ancora migliori, di affermarsi sui mercati, di scoprire nuovi spunti per crescere. Perciò al "saper fare", che ovviamente è nel DNA del nostro artigianato, serve aggiungere il "saperci fare", ovvero conoscere e sfruttare quei mezzi che esistono e che, se ben utilizzati, possono dare una spinta in più. Alcuni di quei mezzi ve li presentiamo in questo numero.

SOMMARIO

3 **Editoriale**
Il valore di una banca è (anche) il suo territorio
di Agostino Bonomo

4 IN TEMA

SAPER(CI) FARE

Mentre il nostro "made in" corre nel mondo bisogna saper sfruttare strumenti e strategie, dai fondi euro-regionali alle reti d'impresa.
E se anche il fisco cominciasse a dare una mano…

Strumenti&Strategie
6 Fondo Europeo di Sviluppo Regionale: arrivano 348 milioni per le Pmi venete
7 "Garanzia Giovani" è il ponte tra chi offre e cerca lavoro



8 "InnovArti" torna a Schio e annuncia già l'edizione 2016
9 Mettiamo "In Vista" la nostra azienda
11 Reti di imprese, reti di fiducia *(prima puntata)*



12 La parola all'esperto. Baldassi: La cooperazione tra le Pmi, oggi

15 A Open Factory va in scena il "saper fare" manifatturiero



Fare qualità
17 L'I.T.A.L.I.A. che va
21 Grappa e funghi, due eccellenze da Expo
23 Il Veneto nella "top 30" manifatturiera europea



26 Edilizia "sostenibile": un premio al Residence Galileo della Pozza
27 Progettazione integrata: edificare senza sorprese
28 La buona merenda si impara sul web

Orizzonte Europa
29 Come "costruire" il futuro? A Salisburgo fanno così
30 2.500 km in auto elettrica: ecco l'effetto che fa

Cre-azioni
32 La rivincita della sartoria
33 La bellezza che cambia, tra mode e altre culture



Territori
35 L'alternanza scuola-lavoro parte dall'Alto Vicentino
36 Megahub di Schio, un laboratorio per le imprese di oggi e di domani
37 Asiago rilancia marmo e legno
38 E la distilleria diventò un set

Bravi ragazzi
39 Giovani creativi della moda e futuri chef in gara con i concorsi Maya, Trentin e Fashion Game



41 Assegnati trenta Premi Marzotto
43 Cosa farò da grande? Lo vedo a Job&Orienta

Società
44 Un percorso-salute contro l'Alzheimer
47 Di padre in figlio



Hyundai presenta H350, l'unico veicolo commerciale che ti offre 3 anni di garanzia con chilometri illimitati. Scopri l'offerta lancio che include:
• Aria Condizionata • Radio digitale (DAB+) con lettore CD/Mp3, comandi radio al volante, prese AUX/USB/iPOD, connessione Bluetooth® • Telecamera posteriore • Sensori di parcheggio • Pedana di carico ribassata

E in più H350 è il primo ed unico veicolo commerciale con impianto Octocam integrato, il primo ed unico sistema professionale V.E.D.R. (Video Event Data Recorder), riconosciuto ed utilizzato dalle principali Compagnie di Assicurazione in Europa, sinonimo di sicurezza per il conducente. Octocam guarda la strada insieme a te e ti permette di risparmiare sui costi assicurativi e sul contributo INAIL.

H350 sarà tuo anche con anticipo 0 e prima rata a partire da marzo 2016. Vieni a scoprirlo presso la Rete Hyundai Veicoli Commerciali.

3 ANNI Garanzia Chilometri Illimitati

Per le info collegati a:

HYUNDAI | NEW THINKING. NEW POSSIBILITIES.

Concessionaria Ufficiale Hyundai
FERGIA

VICENZA – Viale del lavoro, 56 (zona Fiera)
Tel. 0444 390311

SCHIO – Via Lago di Garda, 110/A
Tel. 0445 1670105

www.fergia.it | hyundai@fergia.it

Seguici su hyundai.it

H350: consumi l/100km (ciclo medio combinato) da 8,1 a 8,5. Emissioni CO_2 g/km da 212 a 222. Esempio rappresentativo di finanziamento: Prezzo di listino nuovo Hyundai H350 Furgone Classic M 3,5T, € 28.700 (IVA, Messa in Strada, IPT escluse); offerta promo € 25.066 (IVA e Messa in Strada incluse, IPT esclusa), completo di Radio digitale (DAB+) con lettore CD/MP3, comandi radio al volante, prese AUX/USB/iPOD, connessione Bluetooth®, Telecamera posteriore, Sensori di parcheggio e Pedana di carico ribassata, anticipo € 0,00; importo totale del credito € 26.590,96, da restituire in 60 rate mensili ognuna di € 504,00 importo totale dovuto dal consumatore € 30.452, TAN 3,99% (tasso fisso) **TAEG 4,92%** (tasso fisso), Spese comprese nel costo totale del credito: interessi € 3.299,04, istruttoria € 350,00, incasso rata € 3,00 cad, a mezzo SDD, produzione e invio lettera conferma contratto € 1,00; comunicazione periodica annuale € 3,00 cad, (bolli inclusi): imposta di bollo € 16,00. Eventuali contratti relativi a uno o più servizi accessori (es. polizza assicurativa) sono facoltativi. Offerta valida fino al 31/12/2015 per i veicoli disponibili in rete grazie al contributo delle Concessionarie aderenti. Condizioni contrattuali ed economiche nelle "Informazioni europee di base sul credito ai consumatori" presso i concessionari. Salvo approvazione di Santander Consumer Bank. Creditor Protection Insurance (Polizza Credit Life – contratto di assicurazione vita, inabilità totale temporanea e permanente, perdita d'impiego durata della copertura pari a quella del finanziamento, compagnie assicurative: Santander Insurance Life Ltd e Santander Insurance Europe Ltd) premio € 1.524,96 (facoltativa e perciò non inclusa nel TAEG). Prima della sottoscrizione leggere il fascicolo informativo, disponibile sul sito internet www.santanderconsumer.it e consultabile presso le filiali Santander Consumer Bank e i concessionari auto. Condizioni e limiti della garanzia su http://www.hyundai.it/modelli/LCV/h350.aspx#garanzia. La Garanzia proposta non si estende a tutti i componenti dei veicoli.

≈ *Foto.* Tommy Ilai



EDITORIALE

di Agostino **Bonomo** presidente Confartigianato Vicenza

www.fareimpresa.info

IL VALORE DI UNA BANCA È (ANCHE) IL SUO TERRITORIO

C'è chi rimpiange i tempi andati, quando il direttore di filiale era una figura a metà tra il confessore e il consigliere di famiglia, con il quale confidarsi apertamente al momento di accendere un mutuo per la casa, o di avviare un investimento per l'azienda. Poi c'è chi si sente pesantemente defraudato: della propria fiducia, prima ancora di quel che ci ha rimesso. Oppure c'è chi ha il sangue freddo per guardare al presente e al futuro, distinguendoli dal passato.

Sono tanti, in queste settimane, gli stati d'animo che ci accompagnano quando consideriamo quel che è accaduto, accade e accadrà alla Banca Popolare di Vicenza. Una fase, del resto, che coinvolge altri istituti di credito locali anche nel resto d'Italia e anche da prima che il famoso "decreto Renzi" ne stabilisse repentinamente la trasformazione in società per azioni, sancendo l'addio all'antico sistema assembleare del voto capitario (cioè: una testa, un voto). Così vogliono le regole finanziarie europee e nazionali, per assegnare parametri di valore "reale" ai soggetti bancari, al di là di quelle che erano state le auto-valutazioni decise dai singoli consigli di amministrazione avvalendosi di costose perizie di "autorevoli" advisor. Il risultato di questo terremoto è noto: brusca svalutazione delle azioni e duri piani di rientro per accedere, nei prossimi mesi, alla quotazione in Borsa con i criteri prescritti da BCE e Bankitalia.

Nel caso vicentino, però, c'è notoriamente dell'altro, ovvero l'indagine della Guardia di Finanza e della magistratura sulla gestione della BPVi fino all'altro ieri: un fatto che ha scosso l'intero tessuto sociale della nostra provincia attraverso l'eco delle cronache sulle irregolarità che sarebbero state commesse. Ed è qui, oltre il clamore mediatico, che occorre tenere ben distinte tre questioni.

Una cosa è l'inchiesta giudiziaria in corso, che quanto più sarà rapida e puntigliosa, tanto più potrà fare chiarezza a beneficio di tutti, consentendo di valutare con oggettività i comportamenti di chi reggeva l'istituto e i loro riflessi sulla compagine dei risparmiatori, degli investitori, dei correntisti.

Altra cosa è il futuro di un istituto storicamente legato - nei periodi di forte sviluppo come in quelli di contrazione - al nostro territorio e per il quale, come detto, nulla sarà più come prima. Se dunque le forti preoccupazioni (eufemismo) dei soci sono comprensibili, se altrettanto si può ben capire il desiderio che vengano accertate eventuali responsabilità, resta il fatto – e questo è il terzo elemento da tener presente – che il bene da salvaguardare, adesso, resta il rapporto con un tessuto economico formato in gran parte da quelle migliaia di piccole imprese per le quali il credito rappresenta un fondamentale strumento operativo. È pensando soprattutto a loro, ai loro necessari investimenti, che il piano industriale dell'amministratore delegato Francesco Iorio se da un lato deve aprire una pagina completamente nuova per la BPVi, dall'altro non può non tenere conto del doppio filo che da sempre lega la Banca con questa provincia, con questi risparmiatori, con questi imprenditori. Sappiamo bene che, nell'attuale ottica internazionale, gli istituti di credito strettamente "locali" non hanno più cittadinanza, e non è detto che questa sia una visione del tutto condivisibile, perché viene meno quel rapporto fiduciario, personale, sul quale si è basato il nostro sviluppo nel passato. Ma è anche vero che i requisiti finanziari imposti da tale trasformazione hanno avuto un ruolo nel portare a galla la situazione finita clamorosamente sulle prime pagine di giornali e telegiornali.

Per questo, occorre ripeterlo, le cose vanno considerate con la necessaria razionalità: la magistratura faccia il suo lavoro, e intanto il nuovo management della Banca Popolare di Vicenza sappia affrontare il futuro – che è già iniziato – senza dimenticare che il destino dell'istituto non può prescindere da quello del suo territorio di riferimento. Un territorio che in prospettiva possiamo ragionevolmente considerare anche "allargato" rispetto ai confini della nostra provincia, abbracciando cioè l'intero orizzonte veneto, dato che il nostro "sistema" regionale ha ovunque le medesime caratteristiche economiche, sociali e culturali, vale a dire la preminenza di una dimensione produttiva basata sulla Pmi. Un territorio, infine, popolato da tante persone che negli anni hanno investito principalmente in tre cose: la casa, la sede dell'azienda e le azioni della "loro" banca. Ebbene: non possiamo né dobbiamo dimenticare che oggi tante di quelle persone si trovano in una situazione in cui i valori degli immobili residenziali e produttivi appaiono drasticamente ridotti, così come le azioni di quella banca. Di questo, amaramente, stiamo parlando, e bisogna tenerne conto, anche umanamente, quando si prospetta la necessaria strategia di rilancio.

Incontrando il vice direttore generale, Iacopo De Francisco, abbiamo ricevuto assicurazioni sul fatto che il rapporto della BPVi con le categorie economiche e con i loro consorzi fidi continuerà. Sappiamo pure che, con un milione e duecentomila clienti, questo istituto può e deve avere un futuro; sappiamo che il prospettato aumento di capitale da un miliardo e mezzo si rivolge in primo luogo ai vecchi soci e quindi a forze locali, prospettiva oggettivamente preferibile a quella di qualche raider finanziario internazionale che bada ai suoi interessi e non certo a quelli d'una intera comunità sociale; sappiamo, infine, che la struttura e l'operatività corrente dell'istituto non sono certo una scatola vuota e che una corretta, rigorosa gestione può assicurargli un domani.

Se questo domani saprà tenere insieme banca e territorio, ne guadagneranno entrambi. Altrimenti, ci perderemo tutti.

InTema

SAPER(CI) FARE





Mentre il nostro "Made In" corre nel mondo, bisogna saper sfruttare strumenti e strategie, dai fondi euro-regionali alle reti d'impresa. E se anche il fisco cominciasse a dare una mano...

Nelle pagine che seguono, i nostri lettori troveranno alcuni spunti circa strumenti e strategie che a vari livelli vengono messi in campo – e che conviene sfruttare – per lo sviluppo delle nostre imprese. Ma c'è anche un altro tema che va necessariamente affrontato per consentire a ogni azienda di nascere e di progredire: quello del peso fiscale.

E mentre il premier Renzi annuncia novità dal 2016 con l'abolizione, ad esempio, dell'Imu e della Tasi per le famiglie (sarà così? speriamo), alcuni dati possono aiutarci a inquadrare meglio la situazione. A cominciare dalle richieste che le organizzazioni dell'artigianato e del commercio, riunite sotto l'egida di Rete Imprese Italia, hanno avanzato al governo in vista della prossima legge di stabilità, vale a dire: istituzione dell'Imposta sul Reddito Imprenditoriale che dia concreti benefici fiscali a chi reinveste nella propria azienda gli utili; tassazione del reddito delle imprese in contabilità semplificata secondo il "criterio di cassa"; modifica del regime forfettario, per incrementare le soglie di accesso e ridurre l'imposta sostitutiva; definizione dei criteri che escludono le piccole imprese e i lavoratori autonomi dal pagamento dell'Irap.

Nell'ambito poi dell'annunciata revisione della fiscalità locale e del conseguente prelievo sugli immobili, i rappresentanti della piccola impresa hanno ribadito la necessità di: semplificare il sistema di tassazione immobiliare tramite un unico tributo (la futura Local Tax); garantire una tassazione ridotta sugli immobili strumentali all'attività d'impresa; prevedere la totale deducibilità del nuovo tributo dalle imposte dirette (Irpef/Ires) e dall'Irap. Sempre in materia di Irap, sono stati sollecitati ulteriori interventi al fine di ridurre l'incidenza dell'imposta soprattutto sulle imprese di minori dimensioni, estendendo la "no tax area" con l'incremento della franchigia (innalzando il limite dagli attuali 10.500 euro a 20.000) in favore delle imprese individuali, delle società di persone e dei professionisti. Tra le altre richieste, la proroga per il 2016 delle agevolazioni fiscali per gli interventi di ristrutturazione edilizia (compreso il "bonus mobili") e riqualificazione energetica; l'abrogazione del meccanismo dello "split payment" che, oltre a procurare notevoli difficoltà finanziarie a tutte le imprese fornitrici della P.A., risulta anche superfluo dopo l'introduzione obbligatoria della fatturazione elettronica; il ripristino, infine, della misura del 4% della ritenuta applicata dalle banche sui bonifici relativi a detrazioni fiscali, in quanto l'attuale ritenuta dell'8% risulta eccessivamente onerosa per le imprese.

E a livello territoriale come va? Qui ci aiuta l'indagine di Confartigianato sul peso della fiscalità locale per una micro impresa-tipo (composta da due lavoratori indipendenti e tre dipendenti a tempo indeterminato, con un immobile produttivo di proprietà), dove il Veneto è 5° nella classifica nazionale delle regioni per "attrattività fiscale" basata sui tributi locali principali (addizionali Irpef, Irap, Imu, Tasi). Il fisco locale e la cosiddetta "tassa sulla tassa" relativa all'indeducibilità dell'Imu pesano, su una micro impresa-tipo veneta, per 10.317 euro, pari a 2.063 euro per addetto: il "risparmio" fiscale rispetto alla media nazionale (11.164 euro) è dunque di 847 euro all'anno per azienda. La Campania è la regione dove le microimprese pagano di più: 12.547 euro (2.509 per addetto), mentre il territorio più favorevole è la Valle d'Aosta.

Che il Veneto sia nella top-five della "convenienza fiscale" è una buona notizia, ha commentato Luigi Curto, presidente regionale di Confartigianato, "ma ciò non significa che non ci siano grandi margini di miglioramento anche qui, specie per i tributi comunali. Il territorio è infatti sempre più crocevia fondamentale per le politiche di sviluppo (o di mortificazione) della piccola impresa. Per questo è vitale che la dinamica e la molteplicità delle tasse locali venga monitorata e resa esplicita, per aiutare le imprese a capire e le amministrazioni locali a correggere gli eventuali errori".

Che è quanto sta facendo, da qualche anno, Confartigianato Vicenza, studiando la fiscalità dei Comuni di tutta la provincia. "Territorio e artigianato sono due specificità legate naturalmente – ha sottolineato Curto. Centrale nell'immediato dopoguerra per la nascita del capitalismo personale, il territorio veneto è stato a lungo un fattore competitivo positivo, per il mondo artigiano. Cosa non più del tutto vera da quando si è innescato nel nostro Paese il fenomeno del trasferimento della pressione fiscale dal livello nazionale a quello locale. Un peso assai aumentato in questi ultimi anni, e in modo disomogeneo".

Tornando ai numeri dell'indagine nazionale, è emerso che, tra il 2011 e il 2014, il 76,8% dell'incremento di pressione fiscale è imputabile alle addizionali Irpef, Irap, Imu e Tasi.

"È stato – precisa Curto - il boom della tassazione immobiliare a trainare la crescita del prelievo fiscale locale, colpendo in modo prevalente le Pmi. L'analisi della distribuzione degli immobili strumentali posseduti da soggetti diversi dalle persone fisiche evidenzia, infatti, che il 53,3% degli immobili e il 67,9% del valore si riferisce a proprietà di micro e piccole imprese". E in più l'analisi Confartigianato sulle modalità di applicazione dei tributi comunali sugli immobili ha evidenziato un aggravio del prelievo fiscale sulle imprese causata dall'indeducibilità, che genera l'effetto perverso di ulteriori "tasse sulle tasse", con un extra gettito di Irpef e Irap per l'impresa-tipo di 916 euro, incrementando dell'8,9% il prelievo locale dei tributi. "Ci aspettiamo – ha perciò concluso Curto- che parta un cammino di maggiore attenzione: molto spesso la politica appare troppo preoccupata dei bilanci e invece poco del peso che la tassazione ha sui bilanci di imprese e famiglie". ■



STRUMENTI & STRATEGIE

I bandi per poterne usufruire dovrebbero essere pubblicati dai primi mesi del 2016. Tante le opportunità, dall'innovazione alle reti d'impresa. E il 19 novembre a Schio, nell'ambito di InnovArti, è previsto un incontro di approfondimento dedicato agli imprenditori

FONDO EUROPEO DI SVILUPPO REGIONALE: ARRIVANO 348 MILIONI PER LE PMI VENETE

Con la strategia "Europa 2020", la Commissione Europea ha definito l'idea di sviluppo della UE fino al 2020, ponendo particolare accento su un modello di crescita intelligente, sostenibile e inclusivo. Una crescita, in altri termini, incentrata sulla conoscenza e l'innovazione, più efficiente sotto il profilo delle risorse, con un maggiore tasso di occupazione capace di favorire la coesione sociale e territoriale, riducendone gli attuali divari.

Dal canto suo la Regione Veneto, con l'approvazione del Piano Operativo Regionale (POR) del Fondo Europeo di Sviluppo Regionale (FESR) per il settennato 2014-2020, si avvia a completare il quadro programmatorio per la gestione dei fondi strutturali europei, grazie ai quali dovrà concorrere al raggiungimento degli obiettivi comunitari.

Dopo l'approvazione del Piano Operativo del Fondo Sociale (FSE) avvenuta alla fine del 2014, che prevede investimenti per 764 milioni di euro destinati a favorire l'occupazione, la formazione e l'inclusione sociale anche con aiuti alle imprese, il POR FESR 2014-2020 segna un altro importante capitolo nella politica regionale a sostegno dell'economia: sui complessivi 600 milioni previsti dal Piano, oltre 348 vedono infatti come beneficiarie e destinatarie le piccole e medie imprese venete.

Dei sei "assi" in cui è articolato il Piano vanno sottolineate, in particolare, le azioni dell'Asse 1 "Ricerca, Sviluppo tecnologico e Innovazione": esse consentiranno di finanziare iniziative quali l'impiego di ricercatori, l'acquisizione di servizi per l'innovazione tecnologica, strategica, organizzativa e commerciale, la nascita di nuove imprese innovative e i progetti di ricerca e sviluppo su nuovi prodotti e servizi, nonché iniziative realizzate dalle imprese in collegamento con altri soggetti dell'industria, della ricerca, dell'università, e dalle aggregazioni pubblico-private.

Nell'ambito dell'Asse 2 "Agenda Digitale", vanno segnalati i 40 milioni di euro che saranno investiti, attraverso soggetti pubblici e imprese di telecomunicazione, per dotare le aree artigianali e industriali della Banda Ultralarga, tecnologia in grado di garantire connessioni veloci e affidabili e, in quanto tale, presupposto indispensabile per lo sviluppo di tecnologie ICT su web.

L'Asse 3 "Competitività dei Sistemi Produttivi" prevede poi aiuti alla nascita di nuove imprese, per il riposizionamento strategico di imprese già attive, per la riorganizzazione e ristrutturazione aziendale attraverso investimenti in macchinari, impianti e beni intangibili, per l'export e, infine, per la riqualificazione dell'offerta turistica.

Nell'Asse 4 "Sostenibilità energetica e qualità ambientale" sono infine previsti incentivi finalizzati alla riduzione dei consumi e delle emissioni di gas clima-alteranti delle imprese e delle aree produttive.

Anche sul fronte delle modalità operative sono in arrivo novità: dopo i positivi esiti riscontrati in altre regioni italiane, Lombardia in primis, anche le imprese venete potranno utilizzare (e non solo per interventi formativi) la modalità a voucher, che comporta oneri amministrativi contenuti, tempi più ridotti e maggior semplicità. Si va perciò verso la semplificazione, aspetto non di poco conto, specie per le imprese meno strutturate quali quelle di piccole dimensioni.

Un aspetto non trascurabile del Piano riguarda poi alcune azioni riservate alle reti d'impresa. 120 milioni di euro sono infatti previsti per interventi alle imprese aggregate nelle diverse forme previste dalla legge regionale 13 del 2014, ossia ai Distretti Industriali, alle Reti Innovative regionali e alle Aggregazioni di Imprese organizzate tramite contratti di rete, associazioni temporanee d'impresa o consorzi.

Un primo, importante momento di informazione pubblica sulle opportunità che - presumibilmente a partire dai primi mesi del 2016 - diverranno operative attraverso bandi pubblici della Regione, è previsto il 19 novembre prossimo al Lanificio Conte di Schio (ore 17.30) nell'ambito di "InnovArti", la kermesse annuale di Confartigianato dedicata ai temi dell'innovazione. In quell'occasione Pietro Cecchinato, dirigente della Regione Veneto che ha la responsabilità complessiva dell'attuazione del POR FESR, incontrerà gli imprenditori per illustrare gli interventi previsti. ■



STRUMENTI & STRATEGIE

Sta dando risultati il progetto regionale "Servizi smart in rete" coordinato dal Cesar, che offre agevolazioni alle aziende per l'inserimento di ragazzi selezionati e formati secondo un nuovo modello di relazioni tra pubblico e privato

GARANZIA GIOVANI È IL PONTE TRA CHI OFFRE E CERCA LAVORO

Ben 322 i giovani coinvolti e 225 le imprese che hanno richiesto dei tirocinanti: è questo, ad appena sei mesi dal suo avvio, il bilancio del progetto territoriale "Servizi Smart in rete per i giovani del territorio vicentino", che rientra nell'ambito del programma Garanzia Giovani della Regione fortemente voluto dall'assessorato alla Formazione e al Lavoro e che vede il Cesar, ente di formazione di Confartigianato Vicenza, impegnato quale capofila dell'iniziativa.

L'iniziativa si rivolge ai giovani Neet (ovvero "Not in Education, Employment or Training", quindi che non studiano né lavorano) tra i 15 e i 29 anni con l'obiettivo di offrire loro, partendo dai bisogni espressi dalle aziende del territorio, percorsi formativi e occupazionali. Per le imprese, invece, il vantaggio è quello di poter incontrare giovani selezionati e formati, con possibilità di inserirli tramite un tirocinio finanziato dal progetto usufruendo, in caso di assunzione, di agevolazioni quali un bonus da 1500 a 6000 euro in base alla tipologia di contratto e al profilo del giovane.

Già i numeri sono lusinghieri, ma la vera novità dell'iniziativa – com'è emerso dal convegno "Giovani in cerca di prima occupazione: iniziative e progetti di orientamento della Regione Veneto" promosso dalla Scuola di Psicologia dell'Università di Padova nella tre giorni dedicata a "Il counselling e l'orientamento in Italia e in Europa" - risiede nell'inedito approccio gestionale di servizi al lavoro che i 45 partner del progetto - tra cui Confartigianato Vicenza, Confindustria Vicenza, Centro Produttività Veneto - stanno delineando.

Il nuovo modello di governance territoriale, infatti, vede l'asse pubblico-privato (amministrazioni pubbliche, organizzazioni imprenditoriali coi loro enti di formazione, scuole professionali, università, agenzie di lavoro interinale, sindacati) impegnato a creare nuovi processi di partecipazione e di condivisione delle politiche del lavoro in aree a forte vocazione produttiva.

"In questo modo - sottolinea Sandro Venzo, delegato alle politiche della formazione di Confartigianato Vicenza - si può governare il cambiamento in atto nella cultura imprenditoriale e definire al meglio le nuove competenze necessarie all'azienda".

Il progetto Garanzia Giovani, quindi, pur nella sua complessità, è prima di tutto un modello di creazione di "reti corte", dove è forte la dimensione territoriale che porta con sé il suo valore, la ricchezza di un tessuto economico assai internazionalizzato, dove opera un sistema formativo organizzato, presente nelle imprese e sostenuto dalle associazioni.

"Affermare che l'iniziativa sta creando anche una coscienza di rete – prosegue Venzo– significa che si lavora assieme per realizzare infrastrutture tecnologiche da condividere nella gestione della domanda offerta di lavoro, per avere codici di funzionamento sociale che possono diventare condizioni infrastrutturali finalizzate allo sviluppo locale. L'ente pubblico, che partecipa in modo attivo, realizza così il principio di sussidiarietà, in quanto delega agli attori sociali del territorio le attività d'incrocio tra domanda e offerta monitorando i bisogni delle imprese e mettendo in atto una serie di misure destinate a creare occupazione".

Una rete anche di conoscenza, in ultima analisi, perché facilita l'azione dell'elaborare insieme, tra privati e Regione, politiche pubbliche per lo sviluppo del mercato del lavoro, l'orientamento scolastico e occupazionale dei giovani, ovvero il capitale umano e sociale dei prossimi anni. Nel contempo, tale metodo fa crescere la responsabilità sociale dell'impresa e la fiducia verso i soggetti pubblici e i corpi intermedi, rendendo trasparente il processo di reclutamento dei giovani e rafforzando il rapporto pubblico-privato anche attraverso la condivisione delle scelte.

Osserva in merito Elena Donazzan, assessore regionale alla Formazione e al Lavoro: "Abbiamo costruito un sistema di relazioni molto forte qui in Veneto dove tutti gli attori protagonisti sono motivati a raggiungere un solo obiettivo: favorire in breve tempo le opportunità di lavoro, utili per il giovane ma utili anche per l'azienda. Ci siamo riusciti". ■

STRUMENTI & STRATEGIE

Giovedì 19 e venerdì 20 novembre al Lanificio Conte è in programma una serie di iniziative sui temi dell'innovazione, con l'analisi di strumenti e strategie a misura di piccola impresa per affrontare i cambiamenti puntando sull'evoluzione dei processi produttivi e gestionali



INNOVARTI TORNA A SCHIO E ANNUNCIA GIÀ L'EDIZIONE 2016

Si avvia al gran finale l'edizione 2015 di "InnovArti", la manifestazione dedicata al mondo dell'innovazione nella piccola impresa promossa dalla Confartigianato provinciale: l'appuntamento è per le giornate di giovedì19 e venerdì 20 novembre al Lanificio Conte di Schio, sede "storica" dell'evento, quando si tireranno le fila dei vari percorsi realizzati in questi mesi. Con il coinvolgimento diretto dei partecipanti alle diverse iniziative attuate (ovvero "Alleniamoci ad Allenare", "Canvas", "App Revolution", "In Vista", "Focus Digitali" e "GT Study"), saranno quindi evidenziati i risultati raggiunti dalle singole azioni e verranno elaborate nuove linee guida per sviluppare ulteriori progetti di sostegno allo sviluppo e alla competitività.

"InnovArti Conference", questo il nome della due giorni scledense, sarà inoltre una preziosa occasione per coinvolgere nuove aziende nella "community" impegnata sui fronti dell'innovazione, una comunità fatta di giovani artigiani che hanno deciso di investire tempo e risorse per sviluppare competenze gestionali oggi sempre più indispensabili. L'intento è quello di continuare ad approfondire i temi dell'innovazione "a misura" di piccola e micro impresa, un'innovazione continua che necessita di stimoli da diversi punti di vista, con tre obiettivi.

Il primo obiettivo è "favorire nuovi modelli di business", ovvero alimentare l'affermarsi di una cultura imprenditoriale aperta all'innovazione, al cambiamento e al rischio, attenta alle nuove tecnologie e disponibile a sviluppare, appunto, innovativi sistemi di produzione di valore, facendo tesoro delle esperienze maturate ma, nel contempo, aprendosi con coraggio al nuovo. Il "focus" dell'attenzione passa così dal prodotto/servizio al cliente/committente/consumatore, dalla realtà merceologica dell'azienda al suo mercato potenziale, e alla sua reale filiera di appartenenza.

Il secondo obiettivo è quello di affiancare e supportare le imprese nella costruzione al loro interno di "ambienti organizzativi" funzionali all'innovazione, capaci di valorizzare le proprie risorse - non solo tecnologiche - mettendo al centro la persona e la sua creatività, supportando l'acquisizione di competenze trasversali (dalla gestione delle risorse umane alla pianificazione strategica, dall'utilizzo dell'ICT all'uso di strumenti evoluti di marketing e comunicazione).

Infine, ed è questo il terzo obiettivo – "InnovArti" intende produrre iniziative, sinergie e azioni volte a favorire la crescita, lo sviluppo e la diffusione di una "cultura digitale" nel territorio. Confartigianato Vicenza intende infatti avvicinare e affiancare il mondo dell'istruzione, quello dell'impresa e della ricerca con l'obiettivo di far nascere nuove professioni legate all'economia della conoscenza, promuovendo il dialogo tra saperi tradizionali, cultura del "making" (il "fare" con l'ausilio digitale) e contribuendo allo sviluppo di soluzioni tecnologicamente innovative che rispondano alle grandi sfide attuali della società e del mondo economico. Tecnologia e informatica, dunque, come leve per migliorare la competitività, la produttività e l'efficienza delle imprese.

La prospettiva di medio-lungo periodo che guida Confartigianato Vicenza è quella di sviluppare un "ecosistema dell'innovazione", un sistema articolato e organico di iniziative e partnership per offrire alle piccole imprese dei percorsi continuativi di accesso alle conoscenze, scambi di esperienze con operatori economici, spunti di lettura e interpretazione dei cambiamenti sociali e produttivi in atto a livello locale e globale, sempre per sostenere la nostra competitività.

Nel dettaglio, "InnovArti Conference" prevede per il tardo pomeriggio del 19 novembre un incontro dedicato ai fondi regionali per l'innovazione definiti dal Piano Operativo Regionale (POR), presentandone gli assi d'azione, le risorse disponibili, i destinatari, le modalità di accesso, che verranno illustrati da portavoce della Regione Veneto.

Per tutta la giornata del 20 novembre, invece, il Lanificio Conte verrà animato da diverse iniziative e diverrà luogo di "contaminazione", di confronto e di apprendimento. La mattinata sarà dedicata al mondo della scuola, con un "Coderdojo" organizzato dal Gruppo 100100 di Confartigianato Vicenza che riunisce le imprese dell'ICT, per introdurre i ragazzi, attraverso il gioco, alla programmazione digitale: verranno messi a disposizione dei partecipanti i kit Lego Education WeDo, strumenti particolarmente validi per chi vuole approcciarsi alla robotica e al "coding". Nel contempo si aprirà anche la prima "Open FabLab", con dimostrazioni pratiche e workshop ludico-formativi, aperti a tutti, in cui sarà possibile approfondire l'utilizzo delle tecniche e degli strumenti tipici della "manifattura digitale", in collaborazione con il MegaHub di Schio e la partecipazione di alcuni dei FabLab più attivi del Triveneto. Nel tardo pomeriggio è poi previsto un talk show per fare sintesi dei risultati di "InnovArti 2015" e lanciare la prossima edizione anche attraverso le testimonianze di imprenditori divenuti protagonisti di casi di successo: non si farà quindi "teoria" dell'innovazione, ma a parlare sarà l'esperienza sul campo di aziende che hanno saputo gestire una difficile quanto inevitabile fase di trasformazione, mettendo in discussione il proprio modello di impresa. Ottenendo positivi risultati e, soprattutto, sconfiggendo la paura di cambiare. ■

Specialisti di varie discipline, dalla comunicazione sul web alla valorizzazione dell'immagine "fisica", hanno spiegato come e perché è importante dare risalto a ciò che l'azienda è e fa



METTIAMO IN VISTA LA NOSTRA AZIENDA

L'innovazione di un'impresa passa anche attraverso la strategia utilizzata per valorizzare al meglio la propria comunicazione, sia quella interna che quella verso l'esterno, quando parla di se stessa e dei suoi prodotti. Proprio su questo tema la Confartigianato provinciale ha organizzato, in Villa Fabris a Thiene, il primo incontro del ciclo "In Vista" inserito nel programma di InnovArti 2015, ciclo destinato ad approfondire l'importanza della comunicazione intesa appunto come il mettere "in vista" le proprie qualità, i valori della propria impresa e la fiducia nel proprio lavoro. Di questo si è parlato attraverso un confronto con professionisti del settore e con l'analisi di casi concreti di successo, che hanno indicato ai partecipanti alcune soluzioni per una comunicazione efficace sia "dentro" gli spazi della propria azienda (allestimenti e luoghi di lavoro) e sia all'esterno, anche con l'utilizzo degli strumenti di comunicazione web e social. All'incontro di Thiene sono intervenuti infatti alcuni specialisti come Fabrizio Ventre di Webinteractive, Paola De Rosso nella sua veste di allestitrice, regista e project manager, e Davide Cocco di Studio Cru.

Il dibattito è partito da un concetto base: la "bellezza" di un'azienda è un valore, non un optional.

Paola De Rosso, ci vuol spiegare perché?

"Non è un optional perché la sua 'bellezza' fa parte del valore globale dell'impresa. Ogni imprenditore dà valore al proprio lavoro, ai propri prodotti, ai servizi che offre: ebbene, tutto questo dev'essere riconoscibile anche all'interno dell'azienda, nella sua sede".

Può essere espresso, e quindi percepito, da qualsiasi cosa rappresenti l'azienda?

"Certo, proprio perché l'impresa dev'essere riconoscibile per quello che fa. Quando un cliente vede un prodotto o un servizio, prova una sensazione di 'valore': ecco, quella stessa sensazione la deve provare anche quando mette piede in azienda. E anche in tutte le strutture che la rappresentano, dallo stand in fiera agli spazi espositivi, fino al sito internet. In sintesi: il valore si deve replicare e dev'essere riconoscibile. Ciò serve soprattutto per la comunicazione verso l'esterno, ma permette anche all'imprenditore di consolidare il proprio valore, e quello dei suoi collaboratori, a livello di comunicazione interna: il valore dell'azienda, infatti, va tramesso senza dubbio anche a quanti vi operano. Se si lavora in un luogo in cui ci si identifica, ecco che esso diventa più piacevole, vi si produce meglio, e si è orgogliosi di comunicarlo".

Lei è anche organizzatrice di eventi, e offre la sua consulenza pure per allestimenti fieristici. Qual è l'errore che spesso commettono le aziende proprio in quei contesti?

"Il più comune è quello di sottovalutare la parte estetica. Spesso le aziende pensano che per promuoversi alle fiere ed esposizioni, dove hanno spazi piccoli anche per ridurre le spese, bastino una sedia, un tavolo e un pc in cui mostrare la propria produzione. Ma questo modo di fare non attira, perché sappiamo benissimo che oggi le persone sono bombardate costantemente da immagini attraverso la televisione, i video, internet. Per cui, bisogna studiare una strategia per attrarre i potenziali clienti e 'catturarli': spesso basta davvero poco, magari solo adottando un colore insolito, o particolare. Altrimenti si è uno dei tanti. E invece bisogna trasmettere la peculiarità dell'azienda".

Allora, come curare l'estetica dell'allestimento?

"L'azienda dev'essere riconoscibile. Pensiamo ai grandi marchi: sono sempre distinguibili, se ne percepisce immediatamente l'anima, nel bene e nel male. Ora, anche per le aziende più piccole è importante farsi notare, far emergere il proprio valore. In primis verso l'esterno, e poi anche in tutto ciò che è collegato: quindi stand, sito e via dicendo".

A proposito di siti: Fabrizio Ventre, oggi internet rappresenta una grande opportunità per promuoversi e farsi conoscere. Ma quali sono gli accorgimenti da adottare e gli errori da evitare?

"Innanzitutto bisogna avere un progetto, perché senza di esso non c'è risultato. Per cui un'azienda, prima di fare un investimento, deve avere chiaro dove vuole posizionarsi da qui a tre, cinque, dieci anni. In base a tali obiettivi si sviluppa un progetto, cui segue l'investimento, che deve però avere una logica di partenza, una fase intermedia di controllo, e una logica finale".

E poi è importante sapere quali sono i potenziali clienti...

"In questo è meglio affidarsi a un'agenzia che abbia un po' di esperienza, perché quella di individuare i clienti è una fase delicata e complicata. Se un imprenditore non sa quali sono i suoi clienti, deve buttare l'amo un po' a casaccio e sperare di raccogliere nel mucchio quello che va bene per lui. Ma i clienti non sono tutti uguali, settori diversi hanno clienti diversi, addirittura una stessa azienda può averne di diversi. L'importante è fare un'analisi iniziale, in modo che si possa investire in una nicchia che garantisca i maggiori risultati possibili. E poi, agire al momento giusto. Talvolta, infatti, a fare la differenza è avere il messaggio giusto al momento giusto e nel posto giusto".

La rete dà la possibilità di cogliere l'obiettivo riducendo anche l'investimento. È davvero così?

"Diversamente dai vecchi sistemi (carta stampata, televisione, radio) internet consente di fare investimenti di diverso importo. Non solo, è possibile anche avere un riscontro immediato, effettivo e misurabile, dell'investimento". ■



CONCESSIONARIE DACIA-RENAULT:

FRANCESCHETTI VIA DEI PIOPPI, 1 - VICENZA - LOC. PONTE ALTO - TEL. 0444 345500

RIGONI VIA GOMBE, 12 - THIENE (VI) - TEL. 0445 365222

STRUMENTI & STRATEGIE

CO-OPERARE FA BENE / 1.

Da questo numero, dedichiamo una serie di approfondimenti alle aggregazioni fra imprese. Ovvero quanto, come e perché la competitività di una singola azienda (specie di piccola dimensione) può aumentare grazie a varie forme di collaborazione con altre



RETI DI IMPRESE, RETI DI FIDUCIA

L'Italia è caratterizzata da circa 4,5 milioni di micro, piccole e medie imprese, spesso gestite a livello familiare. Se questa realtà imprenditoriale ha consentito per molto tempo la prosperità e la crescita del nostro Paese, oggi le regole per sopravvivere ed emergere nell'attuale contesto storico ed economico sono cambiate, perché la competitività è sempre più legata alla capacità di innovare prodotti e processi e di progettare strategicamente l'accesso a nuovi mercati, con un occhio sempre più attento al budget. Per questo negli ultimi anni molte aziende, comprese quelle di piccole e piccolissime dimensioni, hanno intrapreso percorsi di innovazione, di internazionalizzazione e di aggregazione, nelle diverse forme - più o meno strutturate e vincolanti - previste dal nostro ordinamento giuridico.

"Mettersi in rete" con altre imprese significa pensare la propria azienda in un'ottica di sviluppo, significa decidere di implementare una strategia definita per passare da "dove e come si è" a "dove e come si vorrebbe essere", e questo in collaborazione con altri colleghi imprenditori.

Il passaggio fondamentale, in tali casi, è riuscire a considerare "l'altro" non come un concorrente ma come un compagno di strada, un valido alleato con cui condividere obiettivi, investimenti, progetti di sviluppo, a volte vittorie, a volte sconfitte, senza arrendersi finché i risultati voluti non siano stati raggiunti.

Le reti di imprese rappresentano prima di tutto un fatto culturale, la rottura di alcuni schemi precedenti (tra cui i tramontati miti del "self-made man", o del "chi fa da sé fa per tre") per acquisire la possibilità di "stare insieme" ad altri, pur conservando la propria autonomia d'impresa.

A differenza di quanto avveniva nel passato, oggi per permettere di conseguire dei risultati tangibili le reti di imprese devono essere "sostenibili", cioè devono esistere non solo per lo spazio di un bando di finanziamento, di una commessa o di un appalto, ma vivere e rafforzarsi nel tempo, in una visione imprenditoriale che vada oltre il breve termine. Per far questo non c'è contratto che tenga, non c'è "business plan" o "business model" (peraltro strumenti assolutamente importanti) che garantiscano il successo, se non si costruiscono prima le necessarie fondamenta: forti relazioni di fiducia.

Quando gli imprenditori scoprono il potere della fiducia reciproca, onesta, sincera, ecco che i contratti formali e gli incentivi economici diventano qualcosa di accessorio, utile ma non indispensabile; la fiducia è quel piccolo immenso passo che consente di realizzare cose apparentemente impossibili; condividere obiettivi, progetti e fatiche diventa per gli imprenditori un'esperienza spontanea e molto arricchente, sia dal punto di vista imprenditoriale che umano.

Nel panorama attuale delle micro e piccole imprese, molti imprenditori hanno le idee ma non possiedono tutte le competenze o le tecnologie necessarie per svilupparle; altri hanno le competenze ma mancano di nuove idee; altri ancora hanno idee e competenze ma non sanno bene come organizzarsi dal punto di vista commerciale. Ebbene: mettere in rete imprese complementari, che possano apportare valore l'una all'altra, con il collante della fiducia e con il supporto di una guida competente, è sicuramente uno dei modi per far fronte alla concorrenza delle imprese più strutturate, per ritrovare stimoli e fiducia nel futuro in un periodo di grandi trasformazioni non solo dei mercati ma anche degli strumenti di comunicazione e promozione, per dare valore al proprio lavoro e per tornare a rappresentare un valore per il proprio territorio.

È proprio questo che Confartigianato Vicenza, con il suo Ufficio Aggregazioni, è impegnato a fare, ogni giorno, al fianco delle imprese associate.

0444 386512
aggregazioni@confartigianatovicenza.it

CONTINUA NEL PROSSIMO NUMERO...

BALDASSI

La cooperazione tra le PMI, oggi



Carlo Baldassi consulente di management APCO (wwww.baldassi.it) illustra motivazioni, caratteristiche e modalità - anche normative - delle reti collaborative tra le aziende, sempre più necessarie per competere sui mercati e innovare processi e leadership

I nuovi paradigmi portati dalla globalizzazione, le innovazioni tecnologiche trasversali, le ibridazioni tra settori merceologici e i cambiamenti sociali ed economici stanno da tempo comportando evoluzioni della cultura manageriale e dei modelli organizzativi aziendali.
In pochi anni siamo passati da residui di una concezione tayloristica alla "lean organization" e alle reti d'impresa. Si sviluppano nuove forme di business condiviso quali la "sharing economy" e nuove modalità della stessa vita civile (le "smart cities"), si frastagliano le competenze e le esperienze di lavoro, sempre più "knowledge intensive" (cioè ad alto tasso di competenza) ma anche precario. A questi fattori strategici si aggiungono, naturalmente, gli effetti della Grande Crisi scoppiata nel 2008 negli USA e tuttora pesanti in Europa e in particolare in Italia.

NETWORKING E DISTRETTI

Studiosi, consulenti e istituzioni analizzano tali cambiamenti che, peraltro, spesso sono intrecciati con fenomeni precedenti. Si pensi alle molteplici forme di networking/coworking oggi possibili anche grazie al web, e al cambiamento costante degli storici distretti europei (manifatturieri, agroalimentari, culturali e turistici). Queste forme organizzative tra Pmi sono protagoniste del "capitalismo territoriale", un sistema in costante divenire capace di autorigenerarsi; un sistema culturale prima ancora che economico, particolarmente rilevante in Italia.
Oggi i distretti europei sono diventati sempre più "dis-larghi" e capaci di superare confini puramente territoriali, sempre più diversificati tra loro ma orientati a divenire veri "cluster", dove si intrecciano cooperazione, competizione e coevoluzione - sia tecnologica, sia organizzativa - che sanno trasformarsi in eccellenza competitiva. Dati spesso per esauriti, in realtà i "nuovi" distretti e meta-distretti tra Pmi in Italia hanno confermato la loro vitalità sia nell'export che nel contributo al



Pil. Giuseppe Bortolussi così commentava, a metà 2014, un'indagine Unioncamere: "Molti osservatori li davano per superati e in condizioni di salute molto precarie: in verità i distretti industriali continuano a essere le realtà socio-economiche più dinamiche del Paese che, a quanto pare, hanno superato da tempo il tunnel della crisi".
A ennesima conferma, l'indagine 2015 di Intesa SanPaolo sui 144 distretti italiani censiti sottolinea la maggior propensione innovativa delle Pmi "distrettuali" rispetto a quelle non distrettuali (ad esempio: 21,9 % di brevetti contro il 15,6%, e 39 marchi ogni cento imprese nei distretti contro 20 nelle aziende non distrettuali, eccetera) nonché la maggior vocazione all'export. Particolarmente importante è il ruolo delle medie imprese "capofiliera" (che operano sia dentro che fuori i distretti storici) quali hub commerciali, generatori di ricerca e sviluppo, o anche fornitori di servizi a valle (come lo smaltimento dei rifiuti industriali). E non a caso nei distretti rinnovati si verificano molti esempi di "reshoring" (cioè di aziende italiane che ri-localizzano), o di investimenti esteri mirati.
La caratteristica dei moderni distretti è sempre più quella della "Knowledge Extended Company", cioè di una "azienda allargata della conoscenza" dove si sviluppano scambio di know-how, esperienze di innovazione continua dei processi organizzativi, cooperazione su singoli progetti - vedi l'internazionalizzazione o le tecnologie – e dove anche i soggetti istituzionali (CCIAA, Parchi Tecnologici, Università, professionisti, associazioni) apportano contributi significativi e sinergici, capaci di aggiungere valore e garantire eccellenza competitiva.
A tali fenomeni collettivi mira a dare un contributo anche la legislazione italiana sulle reti e i contratti di rete, di cui poi diremo.
Accanto a ciò restano ovviamente le individualità delle singole imprese: alcune grandi, che fungono da driver, ma soprattutto piccole e medie aziende di settori complementari, o che partecipano alla stessa filiera del valore. Queste individualità fanno parte dell'insopprimibile desiderio del singolo imprenditore di valorizzare il proprio brand e - purché questo non diventi individualismo perdente - tutto ciò rimane un fattore decisivo nell'economia di mercato. Non c'è dubbio che lo spirito imprenditoriale – unito al capitale intellettuale e all'innovazione ecosostenibile - sia oggi la risorsa più importante dei Paesi Ocse per fare qualità e per competere con le economie dei Paesi emergenti.
Ecco perché, nell'analizzare e sviluppare forme di cooperazione tra Pmi, occorre tener conto delle specificità (culturali, merceologiche, organizzative, finanziarie) e dell'insieme dei fattori competitivi, evitando di applicare modelli astratti (che solitamente non vengono accettati) e considerando la necessità di un "work in progress" coordinato da soggetti terzi che vivano in prima persona la cultura organizzativa necessaria.
Indipendentemente dai distretti, come si possono manifestare oggi queste diverse forme di cooperazione tra piccole imprese? Le modalità sono molte e spesso già ampiamente sperimentate, ma il principio-guida dev'essere quello della "escalation realistica", cioè una cooperazione crescente anche nei costi, formalizzata e misurata, che inizi con attività semplici e sinergiche per arrivare - eventualmente e col giusto tempo - ai contratti di rete, o sino alle fusioni. Dal "co-branding" al "co-marketing", dagli acquisti in comune a investimenti in tecnologie (come software gestionali e Ricerca e Sviluppo) e sino a forme di cooperazione organizzativa (come gli scambi di lavorazioni) e societaria. Senza pensare di saltare i gradini.

UN CASO DI COOPERAZIONE

Con il mio studio di consulenza abbiamo coordinato una partnership (rete orizzontale) fra tre piccole industrie di merceologie complementari nel settore dell'arredamento, portandole sino a una imminente soluzione di rete-contratto. Tutte e tre ubicate nella stessa regione del nord, omogenee nella storia e nel target di mercato ma inizialmente senza collegamenti diretti nel business, queste Pmi hanno maturato il progetto avendo registrato un interesse comune per il settore dell'arredo contract. Per conoscersi, su nostro suggerimento hanno cominciato a svolgere per due anni una fiera in comune, con uno stand unitario e con una comunicazione collettiva (anche on line) verso target omogenei. Queste attività di co-branding hanno via via generato ulteriori significativi investimenti di co-marketing: la creazione di un brand collettivo su un portale web comune linkato coi rispettivi tre per la gestione dei contatti commerciali, l'inizio di una partnership distributiva su mercati esteri (punti vendita con corner comuni) e poi in alcune fasi della logistica. Già al secondo anno di attività collettive si è palesata chiaramente l'esigenza di redigere un business plan comune, fase che si è rivelata la più delicata perché si trattava di mettere sul tavolo alcuni aspetti strategici (budgeting a medio termine, alcuni know-how e processi) e di considerare stili di leadership differenti.
Nel frattempo si era consolidata la legislazione italiana sui contratti di rete e oggi il nostro lavoro di "accompagnatori" si sta concludendo con la stipula formale di una Rete-Contratto con cui le tre aziende manterranno la loro autonomia gestionale ma continuando il co-marketing istituendo un fondo collettivo (è previsto pure un export manager in comune) e anche delineando una prudenziale "exit strategy". Poi si vedrà.

RETI D'IMPRESA E CONTRATTI DI RETE

Il caso descritto ci porta alle nuove forme di contrattualizzazione delle partnership tra Pmi.
Non c'è dubbio che tra gli effetti della Grande Crisi sia emersa prepotente in molte imprese (piccole e grandi) la necessità di fare squadra, superando l'individualismo inefficace per generare massa critica e creare ottimizzazioni (nei costi e nei ricavi).
Del resto questo è un fenomeno che coinvolge anche il non profit (acquisti in comune nella sanità, promozioni pubblico/private nel turismo…), in quella logica che recentemente Porter definiva necessaria per "creare valore condiviso" tra aziende, ambiente e società.
La rete rappresenta "una forma aggregativa fra imprese che permette a ciascuna di raggiungere una dimensione adeguata per competere sui mercati globali, mantenendo ognuna la propria identità e indipendenza. La sostenibilità degli equilibri fra le partecipi è fattore determinante". Queste le tipologie più comuni di attività: "Reti del sapere, con l'obiettivo di uno scambio di informazioni e know-how; Reti del fare, focalizzate sullo scambio di prestazioni; Reti del fare insieme, orientate verso progetti di investimento comuni". Le finalità di una rete tra imprese possono dunque essere molteplici: innovazione tecnologica e valorizzazione del capitale intellettuale e del management, miglioramenti nel marketing e nella distribuzione (vedi l'interna-

segue a pag. 14



segue da pag. 13

zionalizzazione tra imprese complementari), massa critica nella logistica.
L'Italia, con il Dlgs n.5/2009, si è posta all'avanguardia europea su questo tema, anche se per il momento (Unioncamere settembre 2015) si registrano solo circa 2.400 reti effettivamente istituite (in gran parte reti-contratto) con circa 12.000 imprese aderenti, molte medie, spesso già partner tra loro o in filiere omogenee: le regioni più virtuose sono Lombardia, Emilia Romagna e Veneto.
Com'è noto, a parte i consorzi, due sono le forme contrattuali attualmente previste dalla nostra legislazione sulle reti d'impresa.
Una è la "Rete-contratto" (in base al citato decreto 5/2009), che non acquisisce personalità giuridica autonoma e viene istituita sulla base di un progetto comune formalizzato, tramite il quale le varie imprese mantengono la propria individualità operativa e la propria fatturazione. Può anche avere un fondo patrimoniale comune conferito dai singoli soggetti ed eventualmente un organo comune di governance. Dunque, una soluzione cooperativa piuttosto informale, particolarmente adatta alle Pmi a proprietà imprenditoriale che operano nello stesso business.
L'altra è la "Rete-soggetto" (L.134 e L.221 del 2012), costituita da un insieme di imprese che dà vita a un soggetto economico con personalità giuridica propria, dotata di un fondo comune e di un organo comune di governance. La Rete-soggetto diventa titolare dei rapporti verso terzi nella realizzazione del progetto comune e può godere di specifiche e interessanti agevolazioni fiscali.
Verso entrambe queste forme di rete, accanto alla legislazione nazionale si stanno configurando norme regionali di supporto e stimolo, che vedono coinvolti vari soggetti istituzionali e associazioni imprenditoriali, banche comprese.

LA FIGURA DEL MANAGER-COORDINATORE

Molti sono dunque gli obiettivi e varie le modalità per la creazione di reti d'impresa. Le istituzioni sia pubbliche (CCIAA, Regioni…) che private (Confindustria, Confartigianato, eccetera) stanno propugnando tali opportunità, sia per superare vecchi vincoli culturali (individualismo eccessivo) e sia per oltrepassare gli effetti della Grande Crisi puntando sull'innovazione organizzativa o l'internazionalizzazione.
L'esperienza insegna inoltre che nei processi di rete occorre una guida, un manager-coordinatore esterno alle imprese contraenti che abbia alcune caratteristiche, e cioè: conosca l'ambiente socio-economico locale, o almeno il settore del business; svolga anzitutto una analisi sui rispettivi asset delle aziende e sulle rispettive modalità operative; riassuma ai singoli le sue valutazioni indipendenti sulla fattibilità concreta del progetto-Rete e sui punti forti/deboli del progetto stesso.
Se i "nubendi" decidono di proseguire, allora al manager di rete dev'essere affidato l'incarico di redigere un business plan almeno biennale e di coordinare - e soprattutto affiancare - i singoli contraenti nella progressione delle attività. Il manager di rete, insomma, dovrebbe dunque essere considerato come il tutore e il motivatore del team, un professionista che conosca dall'interno le vite delle aziende e che ne sappia governare anche i momenti di debolezza e le contraddizioni.
Si tratta dunque di un'attività tipica dei consulenti di direzione, in Italia rappresentati da APCO (www.apcoitalia.it) che fornisce studi e confronti e provvede alla validazione degli stessi soci secondo le indicazioni della L.4/2013. ■



STRUMENTI & STRATEGIE

Domenica 29 novembre un evento tra storia, presente e futuro: fabbriche e laboratori di tutto il Nordest apriranno infatti le porte al pubblico invitando a scoprire – con orgoglio – le caratteristiche che hanno reso il nostro territorio famoso nel mondo per le sue produzioni. Un messaggio rivolto soprattutto ai giovani, la forza del domani



A "OPEN FACTORY" VA IN SCENA IL "SAPER FARE" MANIFATTURIERO

Sarà la più importante "Open Factory" mai realizzata in Italia. Non solo una manifestazione dell'orgoglio manifatturiero, ma soprattutto l'avvio di un percorso che punta a lanciare il "turismo industriale" come fattore chiave di una sorta di presa di coscienza collettiva: perché questo Paese ha un futuro solo se saprà darsi un "Futuro Artigiano", riprendendo l'ormai noto slogan coniato dall'economista Stefano Micelli con il suo bestseller.

Stiamo parlando di Open Factory, la manifestazione promossa dal quotidiano VeneziePost e da Fondazione Nordest, assieme alle Confartigianato di Veneto, Friuli Venezia Giulia e Trentino Alto Adige e alle loro omologhe di Confindustria, che nel pomeriggio di domenica 29 novembre vedrà aprirsi le porte delle fabbriche e dei laboratori artigiani di tutto il Nordest. Fabbriche di cultura e conoscenza, secondo lo slogan coniato dalla manifestazione - "Cultura è Manifattura" - che riprende il pensiero elaborato in questi anni da molti osservatori, tra cui il giornalista Antonio Calabrò, autore del saggio "La Morale del Tornio" nel quale si riprende la stretta connessione tra cultura umanistica e cultura manifatturiera che contraddistingue il nostro Paese.

Cosa accadrà, dunque, domenica 29 novembre? "Niente di particolare – sottolinea il vicentino Filiberto Zovico, editore di VeneziePost – ma solo una cosa eccezionale. E cioè che sarà possibile entrare dentro il cuore delle aziende, vedere cosa e come si produce, sentire il racconto dal vivo degli imprenditori su come e perché si produce in un certo modo, ascoltare le riflessioni di scrittori, autori, economisti sulle qualità intrinseche del produrre manifatturiero".

Sono previsti percorsi diversificati a seconda delle tipologie e delle storie d'azienda, da chi opera nei settori del Tessile o del Mobile, nei quali il design la fa da padrone, ma anche (e soprattutto) a chi produce Meccanica e Meccatronica; una valorizzazione dei comparti del "Bio-High-Tech", così come dell'Artigianato di Tradizione; una scoperta - o riscoperta – dell' Enogastronomia di qualità, e non mancherà l'apertura dei numerosi Musei d'Impresa presenti nel territorio.

Dopo che negli anni scorsi alcune iniziative, soprattutto nella provincia di Vicenza, avevano fatto da battistrada, ora sarà l'intero Nordest a realizzare quanto altri settori hanno già realizzato (si pensi a Cantine o a Distillerie Aperte). Il Manifatturiero è arrivato forse con un po' di ritardo a capire la potenza mediatica ed evocativa di manifestazioni di tale portata, ma l'importante è che finalmente ci sia arrivato. E che sia capace di dare continuità e sostanza a questo percorso che può far riscoprire a tutti i cittadini, e in particolare ai giovani, che il "saper fare" è la nostra vera forza: ora, bisogna saperlo anche «far sapere».

Tutte le informazioni per aderire e partecipare alla giornata di Open Factory sono reperibili sul sito **www.veneziecult.it**

METALLURGICA VENETA

Azienda
Certificata











ACCIAI SPECIALI • ACCIAI COMUNI
ASTE CROMATE • TAGLI A MISURA
TUBI IN ACCIAIO PER APPLICAZIONI MECCANICHE
TUBI PER CILINDRI

Metallurgica Veneta Spa • Via Natta, 21 - 36045 Lonigo (VI)
tel: 0444 436321 - fax: 0444 835429 - info@metallurgicaveneta.it

FARE QUALITÀ

Il nuovo rapporto della Fondazione Symbola-Unioncamere conferma che nel mondo cresce l'attrattività dei nostri prodotti, anche via web. Tra gli estimatori, cinesi e americani in testa. **E tutti d'accordo: per la qualità si è disposti a spendere qualcosa in più**



L'I.T.A.L.I.A. CHE VA

C'è un'Italia di cui spesso non si ha consapevolezza e che fa cose di cui essere orgogliosi. Il rapporto "I.T.A.L.I.A. - Geografie del nuovo made in Italy" di Fondazione Symbola, Unioncamere e Fondazione Edison, presentato a Treia durante il XIII Seminario estivo di Symbola, nasce per raccontare questa parte del Paese. Un rapporto che ha il patrocinio dei ministeri degli Affari Esteri, delle Politiche Agricole, dei Beni Culturali, dell'Ambiente e di Expo Milano 2015 e che ci porta in viaggio tra i tanti talenti italiani.

Scorrendo le pagine del rapporto scopriamo che l'Italia sa essere innovativa, versatile, creativa, reattiva, competitiva e vincente. Soprattutto sui mercati globali. Tanto da esprimere, nonostante i sette anni di crisi, quasi mille prodotti con saldo commerciale attivo da record. Un risultato di tutto riguardo, raggiunto grazie a una scelta decisa sulla qualità. E in linea con il nostro primato sul fronte dell'avanzo commerciale: l'Italia è uno dei soli cinque paesi al mondo che vanta un surplus manifatturiero sopra i 100 miliardi di dollari. In compagnia di grandi potenze industriali come Cina, Germania, Giappone e Corea. Una leadership che ci parla di qualità crescente riconosciuta alla nostra manifattura. Non a caso dall'introduzione dell'euro l'Italia ha visto i valori medi unitari dei suoi prodotti salire del 39%, facendo meglio di Regno Unito (36%) e Germania (23%). Dati supportati anche dalle tendenze rilevate da un recente sondaggio Ipsos secondo cui circa l'80% degli statunitensi e dei cinesi riconosce nel made in Italy un grande valore.

Sia all'estero che in patria il made in Italy è sinonimo di moda, artigianato, arredamento, design e cibo, e soprattutto di bellezza e qualità. Due italiani su tre sono disposti a pagare un sovrapprezzo per avere prodotti 100% italiani. Grazie alla bellezza e alla qualità connaturata ai nostri prodotti, poi, l'Italia continua a produrre cose che piacciono al mondo e che sono sempre più desiderate sui mercati globali. Come ci dicono i dati relativi alle ricerche su Google dei prodotti made in Italy, cresciute dal 2011 al 2014 di ben il 22%. Specie in Paesi come Giappone, Emirati Arabi, Usa, Russia e Brasile. Del resto aprirsi ai mercati globali sfruttando anche le possibilità offerte dalle nuove tecnologie è una risposta concreta, e già praticata da molte delle nostre imprese, alla contrazione del mercato interno.

È questo il Paese che emerge da "I.T.A.L.I.A. - Geografie del nuovo made in Italy", un rapporto che, senza nascondere le difficoltà del nostro mercato interno, misura la competitività del sistema produttivo italiano non con parametri 'tradizionali' come la quota di mercato detenuta sull'export mondiale, ma con un nuovo indicatore capace di cogliere e leggere in modo assai più fedele e puntuale quanto si muove nella nostra economia: la bilancia commerciale dei singoli prodotti. Vuol dire che se pensiamo al mercato globale come a un'olimpiade, ai prodotti come discipline sportive in cui vince chi ha un export di gran lunga superiore all'import, l'Italia arriva a medaglia quasi mille volte. Fanno meglio di noi solo Cina, Germania e Stati Uniti.

"Mentre la crisi sembra finalmente allentare la sua presa sul Paese, è ancora più importante avere un'idea di futuro, capire quale posto vogliamo che l'Italia occupi in un mondo che cambia. Più che in passato – commenta Ermete Realacci, presidente della Fondazione Symbola –, l'Italia deve fare l'Italia rispondendo a una domanda che aumenta ed

segue a pag. 18

è confermata dai dati sull'innalzamento delle ricerche di made in Italy su Google e sul gradimento dei prodotti italiani in grandi paesi come Stati Uniti e Cina. E puntare sui talenti che il mondo le riconosce: bellezza, qualità, conoscenza, innovazione, territorio e coesione sociale che sempre più incrociano la frontiera della green economy. Talenti che ci consegnano le chiavi della contemporaneità e delle sfide del futuro perché assecondano la voglia crescente di sostenibilità dei consumatori e danno risposte ai grandi cambiamenti negli stili di vita e nei modelli di produzione. È così che il nostro Paese, già oggi, può declinare quel 'rifiuto dello scarto' e quell'attenzione alle cose e alle persone del creato che papa Francesco mette al centro della sua enciclica Laudato si'".

"Le geografie del nuovo made in Italy presentate nel Rapporto I.T.A.L.I.A. fotografano una capacità di reazione alla crisi delle nostre imprese che ha dello straordinario, se si tiene conto del sempre difficile contesto internazionale oltre che dei ritardi infrastrutturali, della pressione fiscale e delle criticità burocratiche di cui il sistema-Paese continua a soffrire - sottolinea il segretario generale di Unioncamere, Claudio Gagliardi -. La scelta di investire in qualità, sfruttando le leve dell'eco-innovazione, della cultura e del legame con i territori sta premiando lo sforzo di molti imprenditori facendo raggiungere posizioni da primato nel mondo a tanti prodotti italiani dalla meccanica all'agroindustria, dalla moda al turismo. Ma i primati riguardano anche settori all'avanguardia come l'aerospaziale, le biotecnologie o la robotica. Ora però bisogna puntare con decisione sulle competenze digitali per riprogettare le strategie aziendali: passa anche da questa strada la ripresa dell'occupazione e la sostenibilità dello sviluppo del Paese".

"Anche i dati di questo Rapporto dimostrano la forza dell'industria manifatturiera italiana che primeggia sui mercati internazionali in moltissimi settori produttivi – spiega Marco Fortis, direttore e vicepresidente della Fondazione Edison -. Le eccellenze del Made in Italy coprono ormai non più soltanto i prodotti tradizionali della moda, dell'arredo-casa, dell'alimentare e dei vini, ma anche numerose branche della meccanica e dell'ingegneria, specializzazioni della chimica, i mezzi di trasporto, la gomma-plastica ed ora anche la farmaceutica, protagonista di un autentico boom dell'export negli ultimi anni. Il Piano del Governo per l'export e il made in Italy mette ora a disposizione risorse senza precedenti per le fiere di settore, per l'internazionalizzazione e l'attrazione degli investimenti esteri. Potrà dunque stimolare ulteriori progressi dell'Italia sui mercati mondiali."







Le eccellenze competitive nel commercio con l'estero

L'Italia vanta un totale di 932 prodotti classificatisi primi, secondi o terzi al mondo per saldo commerciale attivo con l'estero. Più nel dettaglio, il nostro Paese vanta 235 prodotti medaglia d'oro a livello mondiale per saldo commerciale, eccellenze che ci fanno guadagnare 56 miliardi di dollari. I nostri prodotti che si classificano al secondo posto nel mondo per saldo commerciale sono invece 376 e fruttano 68 miliardi di dollari. Le medaglie di bronzo dell'export italiano sono invece 321 prodotti e valgono un saldo commerciale complessivo di 53 miliardi. Nell'insieme questi campioni dell'export fanno conquistare al Paese un surplus commerciale di 177 miliardi di dollari. E poi ci sono altri 500 prodotti in cui l'Italia si è classificata quarta o quinta per saldo commerciale mondiale e che hanno aggiunto alla nostra bilancia commerciale altri 40 miliardi di dollari.

Industria, i settori competitivi e la forza dei distretti

Oltre ai numeri, sono significativi anche i settori che generano questo surplus. La maggior parte delle nostre eccellenze manifatturiere non proviene solo da settori tradizionali, quali potrebbero essere il tessile o le calzature, ma arriva dalla meccanica e dai mezzi di trasporto, dalle tecnologie del caldo e del freddo, dalle macchine per lavorare legno e pietre ornamentali, tubi e profilati cavi, dagli strumenti per la navigazione aerea e spaziale. Ai quali si affianca il presidio di quei settori in cui il made in Italy è forte per tradizione, come il design o il lusso. Andando ad analizzare i nostri 235 prodotti "medaglia d'oro", emerge infatti che 25,6 dei 56 miliardi di surplus generati dalle nostre eccellenze provengono da beni del settore dell'automazione meccanica, della gomma e della plastica; altri 18,4 miliardi si devono ai beni dell'abbigliamento e della moda, 7,3 miliardi da beni alimentari e vini; 0,4 dai beni per la persona e la casa; mentre 4 miliardi derivano da altri prodotti, tra cui quelli dell'industria della carta, del vetro e della chimica. Tra i prodotti "secondo posto" per saldo commerciale hanno particolare rilevanza rubinetteria e valvolame, che portano al Paese un bottino di 4,9 miliardi di dollari. Segue il settore di vini e spumanti con 4,5 miliardi di dollari, i mobili in legno e parti di essi, lavori in ferro e acciaio, i trattori agricoli, le piastrelle e ceramiche per l'arredo, le parti di turbine a gas, macchine per riempire e imbottigliare ed etichettare, lavori in alluminio, parti di macchine e apparecchi meccanici, barche e panfili da diporto. Per quanto riguarda i nostri prodotti "medaglia di bronzo" per saldo commerciale mondiale vanno citati gli oggetti di gioielleria, le parti e gli accessori per trattori e autoveicoli, piastrelle e lastra da pavimentazione o rivestimento, macchine e apparecchi meccanici, prodotti di materie plastiche, ingranaggi e ruote di frizione per macchine, pompe e compressori per aria, divani, poltrone, freni e servofreni, ponti con differenziale per autoveicoli, costruzioni di ghisa, ferro e acciaio.

Turismo

Una menzione a sé merita anche il turismo: non avremo mai un ritratto fedele delle performance del settore fino a quando verrà usato come indicatore il









numero di arrivi. Al contrario, guardando ai pernottamenti, a fronte della sofferenza del mercato domestico, si evidenzia il primato italiano nell'Eurozona per pernottamenti di turisti extra UE. Nel 2013, infatti, con 56 milioni di notti all'attivo l'Italia si è classificata prima nella zona euro per numero complessivo di pernottamenti di turisti extra-UE. Come dire che nel Vecchio Continente siamo la meta preferita di americani, giapponesi, cinesi, australiani, canadesi, brasiliani, sudcoreani, turchi, ucraini e sudafricani. E il contributo diretto del turismo al nostro Pil nel 2014 è stato del 4,1%, per un valore di 66 miliardi di euro.

Agroalimentare, un settore vocato alla qualità

Il nostro agroalimentare è un comparto in cui la vocazione alla qualità è evidentissima. Non a caso l'Italia ha una capacità di creare valore aggiunto pari a quasi 2000 euro per ettaro: più del doppio della media europea, il triplo del Regno Unito (614€/ha), il doppio di Spagna (906€/ha), e Germania (994€/ha), e il 60% in più dei cugini francesi (1.226€/ha). Non solo, con 273 prodotti registrati tra Dop, Igp e Stg, 523 tra vini a denominazione di origine controllata e garantita o a indicazione geografica tipica e 4698 specialità tradizionali regionali, vantiamo il primato prodotti registrati e siamo il primo paese dell'UE per numero di imprese biologici (44 mila). L'agricoltura italiana è tra le più sostenibili in Europa – emette il 35% di gas serra in meno della media Ue – e fra le più sicure, con una quota di prodotti che presentano residui chimici inferiore di quasi 10 volte rispetto alla media europea. È anche per questi motivi che la nostra agricoltura, nel 2014, riesce a confermare il suo primato in Europa, insieme alla Francia, per valore aggiunto (31,6 miliardi di euro).

Localismo e sussidiarietà: il Terzo Settore

Nella produzione ed erogazione di servizi il nostro Paese non raggiungerebbe mai l'attuale grado di welfare se non potesse contare sul contributo della variegata galassia del terzo settore. Un altro dei primati tricolori: tra i Big Ue, con il 9,7%, l'Italia è prima per quota di addetti del Terzo Settore sul totale dell'economia. E queste realtà muovono entrate per 64 miliardi di euro, equivalenti al 3,4% dell'economia nazionale. Una ricchezza che andrebbe affiancata anche con il risparmio e il benessere sociale derivante dalle ore di lavoro messe gratuitamente a disposizione da 4,7 milioni di volontari. Numeri che ci parlano di un modello che coglie quell'economia delle responsabilità, della sobrietà e della condivisione che si fa strada.

Innovazione e ambiente

L'Italia è quarta in Europa ed è uno degli otto Paesi Ocse ad avere una spesa in ricerca e sviluppo superiore ai 20 miliardi di dollari. L'Eurostat ha evidenziato nelle imprese italiane una spiccata propensione all'innovazione: con il 42% di imprese innovatrici, l'Italia si colloca al di sopra della media UE (pari al 36%), non ai livelli di Germania e dei paesi del Baltico, ma meglio di Francia, Regno Unito e Spagna. Il nostro sistema produttivo, inoltre, ha incorporato la green economy come un fattore competitivo: dall'inizio della crisi, oltre 340mila aziende (il 22% del totale) hanno investito in questo senso, e nella manifattura arriviamo al 33%. Arriviamo così ai vertici dell'Ue per eco-efficienza, con 104 tonnellate di CO_2 ogni milione di euro prodotto (la Germania ne immette in atmosfera 143, il Regno Unito 130) e 41 di rifiuti (65 la Germania e il Regno Unito, 93 la Francia). Siamo, poi, campioni europei nell'industria del riciclo: a fronte di un avvio a recupero industriale di 163 milioni di tonnellate di rifiuti su scala europea, nel nostro Paese ne sono stati recuperati 24,1 milioni, il valore assoluto più elevato tra tutti i paesi europei (in Germania 22,4 milioni).

Arte e cultura, un settore strategico e trainante

Fanno parte del sistema produttivo culturale e creativo (tra industrie culturali propriamente dette, industrie creative - attività produttive ad alto valore creativo ma ulteriori rispetto alla creazione culturale in quanto tale - patrimonio storico artistico, performing arts e arti visive) oltre 443mila imprese, il 7,3% del totale delle attività economiche nazionali. Danno lavoro a oltre 1,4 milioni di persone, il 5,9% del totale degli occupati. Creano, direttamente, 78,6 miliardi di euro di valore aggiunto, che arrivano a 84 circa, equivalenti al 5,8% dell'economia nazionale, se includiamo anche istituzioni pubbliche e realtà del non profit attive nel settore della cultura. E ne attivano nel resto dell'economia altri 143. In tutto fa 227 miliardi: il 15,6% circa del totale. ■

interplanet
broadband is for everyone



INTERNET IN FIBRA OTTICA

Collegamenti ad internet in fibra ottica fino a 100Mbps!
Contattaci subito per attivare il tuo collegamento in banda ultralarga:

NUMERO VERDE
800 037 400

fibra.interplanet.it

Interplanet S.r.l. INTERNET / TELEFONIA / SICUREZZA / COMUNICAZIONE

Via Madonnetta 215, - 36075 Montecchio Maggiore (VI) - Tel. 0444.699399 - Fax 0444.498301 - info@interplanet.it - www.interplanet.it

Grappa e funghi, due eccellenze da Expo

Il concorso nazionale Confartigianato ha portato tra gli espositori del Padiglione Italia un'altra coppia di realtà produttive vicentine, stavolta nel campo alimentare, premiate per la loro capacità di coniugare tradizione e innovazione





In esposizione al Padiglione Italia dell'Expo a Milano sono giunte altre due "eccellenze" dell'artigianato vicentino, selezionate nell'ambito del concorso nazionale "Nutrire il futuro: energie dalla tradizione - Settore Enogastronomico" promosso da Confartigianato: si tratta della Distilleria LI.DI.A. di Villaga e della Forest Food di Sovizzo.

Come si ricorderà, nello scorso giugno il concorso aveva portato alla ribalta i vincitori della sezione riservata al settore Manifatturiero, e anche in quella occasione erano state premiate due realtà vicentine: la ditta Bedont di Pianezze per la sua panca "Timber" e l'Argenteria Carlo Rossi di Vicenza per la realizzazione de "Il Gioiello di Vicenza".

In questo mese di ottobre è stato appunto il turno degli operatori del settore alimentare, i cui prodotti sono stati scelti dalla giuria con particolare attenzione alla qualità, alla tradizione, al confezionamento, alla presentazione, all'etica produttiva, per ribadire il "valore artigiano" nei suoi requisiti di eccellenza, personalizzazione, identità e tracciabilità. Eccellenza intesa come qualità riconosciuta e certificata delle materie prime e delle lavorazioni; personalizzazione come espressione dello stile unico dell'artigiano; identità quale insieme delle caratteristiche che rendono il prodotto riconoscibile e lo differenziano; tracciabilità quanto a possibilità di riconoscere la filiera produttiva, anche come fondamentale indicatore di sostenibilità ambientale e di eco-compatibilità.

Un concorso, dunque, mirato a dare risalto e a premiare la capacità dell'artigianato italiano di rinnovare le sue tradizioni, di lavorare con tecnologie e materiali innovativi, di offrire un'alternativa di qualità e di varietà alle proposte standardizzate e seriali della grande industria, coniugando manualità e innovazione, creatività ed esperienza.

Attraverso Confartigianato Vicenza, due sono state dunque le proposte giunte dal territorio che la qualificata giuria tecnica ha ritenuto meritevoli di essere inserite tra le 27 della rassegna nazionale allestita nello spazio espositivo "Convivio" situato nel Cardo Nord-Ovest al Padiglione Italia dell'Expo: le grappe della Distilleria LI.DI.A. di Villaga e i funghi selvatici di bosco della Forest Food di Sovizzo. La consegna degli attestati ai titolari delle imprese premiate è invece avvenuta, sempre a Milano, nello spazio dell'Italian Makers Village di via Tortona, con la partecipazione del presidente nazionale di Confartigianato, Giorgio Merletti, e del direttore del "Corriere della Sera", Luciano Fontana. Scopriamo, allora, quali sono la storia e le caratteristiche delle due ditte.

Distilleria LI.DI.A. (Villaga)

La nascita della distilleria risale al secondo dopoguerra grazie alla capostipite Lidia che, coi due figli Luciano e Silvano e la nuora Gianna, realizzò un progetto coltivato da tempo. All'epoca, oltre alla grappa, erano numerosi i liquori prodotti dalla LI.DI.A. (il nome della fondatrice suggerì l'acronimo da Liquori – Distillati –Affini). L'azienda, giunta alla terza generazione, è rimasta a conduzione famigliare e si dedica ormai esclusivamente alla produzione di grappe.

Da oltre quarant'anni vengono distillate solo le migliori vinacce fresche. L'impianto artigianale, in rame, di tipo discontinuo, consente di estrarre al meglio aromi e profumi. La colonna di distillazione "a testa fredda" permette al mastro di personalizzare il prodotto. Tutto il processo, sottolineano Stefano Grandis ed Elena Schiavon, avviene sotto il controllo attento e continuo del mastro: le vinacce vengono fornite dai migliori vignaioli e vengono distillate appena svinate; massima attenzione viene prestata alla temperatura di distillazione, dal rilascio del vapore alla temperatura della colonna; col taglio di testa e coda, solo il "cuore" della grappa è destinato all'imbottigliamento; una parte viene invecchiata in piccole botti di rovere francese, e il colore ambrato della grappa così ottenuta è dovuto solo ai tannini del legno.

Infine, il packaging: le grappe LI.DI.A. si riconoscono per la confezione colorata, realizzata interamente a mano. Le bottiglie vengono prima avvolte in fogli di carta numerati, poi si avvolge del filo di canapa al collo della bottiglia e lo si ferma con cera-

segue a pag. 22

segue da pag. 21





Nelle foto sopra, il momento delle premiazioni all'Expo per le due aziende vicentine: a sinistra Stefano Grandis ed Elena Schiavon della Distilleria LI.DI.A. e a destra Virna Tecchio della Forest Food, che hanno ricevuto l'attestato dal presidente di Confartigianato, Giorgio Merletti, e dal direttore del Corriere della Sera, Luciano Fontana

lacca a caldo. I colori degli incarti indicano i diversi vitigni di provenienza.

Forest Food (Sovizzo)

Forest Food, che ha sede in via del Lavoro a Sovizzo, è un'azienda che dal 1997 svolge attività di selezione, lavorazione e confezionamento di porcini secchi di bosco. Il prodotto proviene da boschi europei: in stagione di raccolta, se ne segue direttamente una prima selezione nei luoghi di origine, in collaborazione coi raccoglitori e i micologi locali. A poche ore dalla raccolta, i funghi vengono essiccati o surgelati e poi stoccati in magazzini a temperatura controllata per preservarne la salubrità e le caratteristiche organolettiche, garantendo un approvvigionamento per tutto l'anno. Cernita e controllo sono effettuati da personale qualificato e con la costante presenza del micologo per la realizzazione di diverse linee di confezioni destinate al retail, al catering e a negozi gourmet che mettano in risalto l'artigianalità e la genuinità del prodotto. Forest Food fornisce inoltre pastifici e industrie alimentari con una materia prima di funghi secchi granulati, attraverso una linea di lavoro dedicata. I princìpi guida della politica aziendale sono: scegliere funghi di alta qualità nei Paesi europei che rispettano le normative sanitarie comunitarie; utilizzare materie prime naturali e preservare l'integrità delle caratteristiche organolettiche originali fino al consumatore finale (l'aroma intenso dei porcini è un requisito fondamentale); garantire la sicurezza sanitaria dei processi e la salubrità dei prodotti mediante controlli e analisi effettuate da laboratori esterni accreditati. Tra le procedure effettuate, la Tracciabilità di filiera e il sistema di autocontrollo Haccp. Erede di una cultura familiare vicentina dedita da decenni alla ristorazione, la titolare Virna Tecchio è riconosciuta quale esperto nel Registro Nazionale dei Micologi. ■

QUINTA srl
AZIENDA METALMECCANICA

SPECIALIZZATI
IN LAVORAZIONI
CONTO TERZI

- ASSEMBLAGGI DI PARTI MECCANICHE, ELETTRONICHE, PNEUMATICHE, PLASTICHE E DI PRECISIONE
- CARTEGGIATURE
- LUCIDATURE
- RIFINITURE
- CONFEZIONAMENTO
- CONTROLLO QUALITÀ
- IMBALLAGGI
- REPARTO SALDATURE

Particolare attenzione alla privacy dei prodotti durante la permanenza in azienda, non divulgando foto o informazioni.

QUINTA srl - Via Dell'industria, 17-19 Cavazzale di Monticello C. Otto (VI)
Cell. +39 335 6317563 - Tel. +39 0444 946088 - Fax +39 0444 297007 - info@quintasrl.it - **www.quintasrl.it**



Il Veneto nella “top 30” manifatturiera europea

Tra le prime trenta regioni europee medio-grandi (si tratta di 175 aree con almeno mezzo milione di occupati) il Veneto, con il 28,4% dell’occupazione manifatturiera, si posiziona al 16° posto. Seconda regione italiana dopo le Marche (13° con il 30,3% dell’occupazione) e prima di Emilia Romagna (27° posto con il 26,4%) e Lombardia (29° posto con il 26,4%); Marche e Veneto presentano una densità di lavoro nel manifatturiero che è pressoché pari all’area di riferimento europea, la regione tedesca di Stoccarda (31,1%). A evidenziarlo è una recente indagine dell’Ufficio studi di Confartigianato condotta su dati Eurostat.

Si tratta di dati che evidenziano quanto sia importante “rimettere l’impresa al centro delle politiche nazionali e regionali” secondo Luigi Curto, presidente di Confartigianato Veneto. “Scegliere l’impresa in Veneto – prosegue - vuol dire valorizzare quel modello di micro e piccola imprenditoria che ne costituisce l’ossatura produttiva. Servono però interventi mirati a valorizzare la qualità della produzione Made in Italy. Chi guida il Paese deve difendere, con orgoglio e determinazione, il ‘modello Italia’. A questo proposito, la competitività della nostra manifattura sul mercato interno e internazionale va sostenuta eliminando costi e vincoli che ci penalizzano rispetto ai competitor stranieri. Purtroppo, oggi, a fronte degli sforzi e dei sacrifici compiuti dai nostri imprenditori, continuiamo a non vedere cambiamenti nelle condizioni di contesto per agganciare la ripresa. Anzi. In tema di fisco, burocrazia, credito, servizi pubblici, si moltiplicano gli oneri e i vincoli sulle spalle degli imprenditori”.

In questo momento, le fasi di ripresa del ciclo economico sono sostenute dal settore manifatturiero che, più di altri settori, compensa la stagnazione della domanda interna intercettando i flussi di domanda estera; in particolare, il manifatturiero italiano può contare su un asset caratterizzante, dato dal suo articolato e flessibile sistema di micro e piccole imprese. A tale proposito è utile ricordare le recenti buone performance dei settori di MPI sui mercati esteri, mentre persistono ancora incertezze sul fronte dei livelli di produzione.

Del resto, l’Italia è il primo Paese europeo per numero di occupati nel settore manifatturiero in micro e piccole imprese (MPI) fino a venti addetti. Secondo la comparazione su dati Eurostat, queste MPI manifatturiere in Italia occupano 1.503.515 addetti, pari al 22,8% del totale UE, davanti alla Germania con 1.062.897 unità, alla Francia con 624.868, alla Spagna con 562.276 e alla Polonia con 489.350. L’occupazione nelle micro e piccole imprese manifatturiere fino a venti addetti, nella sola Italia è pari a quella delle imprese di analoga dimensione presente nel totale dei 18 Paesi Ue di minori dimensioni.

Tra i maggiori Paesi europei, l’Italia presenta la più alta quota di occupati in micro e piccole imprese con meno di venti addetti (39,1%), davanti a Spagna (31,1%), Francia (20,6%), Regno Unito (17,2%) e Germania (14,8%).

Il “valore artigiano” caratterizza i modi di produrre e organizzare l’impresa manifatturiera in modo esteso, superando vecchi limiti di forma di impresa, dimensione e settore: nel contesto italiano di manifattura caratterizzata dalla presenza di micro e piccole imprese, quelle con meno di 20 addetti sono il 92,8% del totale delle imprese manifatturiere e, come abbiamo visto, danno lavoro a 1.503.515 addetti pari al 39,1% degli occupati del totale delle imprese manifatturiere. Le imprese artigiane manifatturiere registrate al I trimestre 2015 sono 321.237, con 971.689 addetti, che rappresentano un quarto (26,0%) degli occupati dell’intero manifatturiero e due terzi (64,8%) degli occupati in micro e piccole imprese manifatturiere fino a venti addetti. ■



WIND
BUSINESS

LA SCELTA INTELLIGENTE PER IL TUO BUSINESS.

PER PARTITA IVA

ALL INCLUSIVE UNLIMITED

TUTTO ILLIMITATO VERSO TUTTI

2 GIGA

NO TAX

3€ IN PIÙ AL MESE **MOBILE POS**

LA SOLUZIONE SEMPLICE PER RICEVERE PAGAMENTI ELETTRONICI IN MOBILITÀ.





BNL
GRUPPO BNP PARIBAS

mobo

NEI NEGOZI DI

VICENZA
CORSO SS. FELICE E FORTUNATO 223
STRADA S. ANTONINO 88
CORSO PALLADIO 90
CC PALLADIO

SCHIO
PIAZZA IV NOVEMBRE 5
VIA VENETO 32

BASSANO DEL GRAPPA
CC EMISFERO
VIA VERCI 57

TORRI DI QUARTESOLO
CC LE PIRAMIDI

THIENE
VIA VALDASTICO 19
CC CARREFOUR

ARZIGNANO
VIA DUCA D'AOSTA 10/12

LONIGO
VIA GARIBALDI 46

PER RICARICABILE. ATTIVABILE ENTRO L'8/11/2015. COSTO ALL INCLUSIVE 29 €/MESE. TRAFFICO ILLIMITATO SALVO USO CONTRARIO A BUONA FEDE E CORRETTEZZA. SUPERATI I GIGA/MESE DISPONIBILI, VELOCITÀ MAX 32 KBPS. VERIFICA LE CONDIZIONI DI CONTRATTO. OFFERTA CON TELEFONO INCLUSO, DURATA CONTRATTUALE 30 MESI. PER IL LETTORE CARTE MOBO, ANTICIPO 15,90 EURO E 30 RATE MENSILI DA 3 EURO. PAGAMENTO CON ADDEBITO SU CARTA DI CREDITO O CONTO CORRENTE. PREZZI IVA ESCLUSA. COSTI E CONDIZIONI SU WIND.IT PER TUTTI I DETTAGLI RELATIVI ALLA SOTTOSCRIZIONE DEL SERVIZIO MOBO BNL CONSULTA IL SITO MOBO.BNL.IT. PER LE CONDIZIONI ECONOMICHE E CONTRATTUALI CONSULTARE I CONTRATTI DISPONIBILI PRESSO LE FILIALI DELLA BANCA E I FOGLI INFORMATIVI DISPONIBILI PRESSO LE FILIALI DELLA BANCA, SU WWW.BNL.IT E WWW.BNLPOSITIVITY.IT



Edilizia "sostenibile": un premio al Residence Galileo della Pozza

L'impresa di Monticello Conte Otto, in attività da cinquant'anni, ha realizzato un edificio che, per l'eccellenza dal punto di vista ambientale, ha ottenuto la certificazione GBC Home Oro

Realizzando il "Residence Galileo" l'impresa Pozza Matteo & C. Costruzioni Edili di Monticello Conte Otto ha raggiunto un importante traguardo: si tratta infatti del primo edificio residenziale certificato GBC Home Oro in Italia. "La residenza è stata edificata a Costabissara – ricorda l'amministratore Claudio Pozza- e ha ottenuto il prestigioso riconoscimento da parte di GBC (Green Building Council) Italia, ovvero l'ente che riconosce l'eccellenza nelle prestazioni del settore dell'edilizia sostenibile e nella pratica costruttiva nazionale sulla base di standard riconosciuti a livello globale".

Un'opera da primato che l'azienda, attiva da cinquant'anni nel territorio vicentino, ha festeggiato con un convegno nel loggiato della Basilica Palladiana, evento patrocinato dal Comune di Vicenza, dall'Istituto Regionale Ville Venete, dall'Associazione Ville Venete, da Green Building Council Italia e da Habitech in collaborazione col Centro Studi Internazionale di Architettura Andrea Palladio. L'incontro, imperniato sul tema "Qualità sostenibile, costruire e ristrutturare conoscendo il passato e guardando al futuro", era rivolto al mondo delle imprese edili, degli architetti e dei professionisti, e ha visto la partecipazione di Mario Zoccatelli, segretario per l'area Veneto-Friuli Venezia Giulia di GBC Italia, degli architetti Andrea Moro e Giorgio Parise, di Carlotta Cocco, vice coordinatrice di GBC Historic Building, Francesco Premi di Habitech e di Andrea Poggio, vicedirettore generale di Legambiente. Proprio quest'ultimo ha ricordato che "i nuovi stili di vita impongono nuovi stili dell'abitare. Il fatto che si riesca a vivere meglio, magari facendo economia di risorse ed energie, aumentando le relazioni tra le persone, è una qualità inestimabile. Cambiare stili di vita, cambiare modo di abitare le nostre città, è fondamentale per un futuro duraturo".

"Con questo evento – ha spiegato Claudio Pozza - vorremmo diffondere nel mondo delle costruzioni l'idea della sostenibilità. L'impatto ambientale della progettazione, costruzione ed esercizio degli edifici è enorme: in Europa gli edifici sono responsabili, direttamente o indirettamente, di circa il 40% del consumo di energia primaria complessiva. Inoltre, come ulteriore beneficio, un progetto sostenibile consente di ridurre i costi operativi, aumentare il valore dell'immobile nel mercato e la produttività degli utenti finali, riducendo nel contempo le potenziali responsabilità conseguenti ai problemi relativi alla scarsa qualità dell'aria interna agli edifici".

L'azienda, che ha investito molto nell'orientare le edificazioni ex novo e le ristrutturazioni verso criteri di efficienza energetica, cura dei materiali e salvaguardia delle maestranze, si impegna da sempre anche nella cultura del territorio, valorizzando e supportando la memoria storica e urbanistica vicentina.

L'impresa è sorta con Matteo Pozza, classe 1943: nato in tempi di guerra, divenne presto "l'uomo di casa" che preferiva ai libri di scuola la praticità del fare. La sua inclinazione allo studio però si mostrò poi, alla scuola serale di disegno tecnico che frequentava a Lusiana per quattro sere la settimana, sotto la guida del prof. Ulisse Ronzani e del maestro Mario De Guio, e in un corso per corrispondenza per capomastro che, unico della zona, portò a conclusione. Con la stessa determinazione Matteo si dedicava al lavoro: da Lusiana a Bassano, in bicicletta, andata e ritorno, a quattordici anni. E nemmeno la malattia, una pleurite che lo costrinse a letto e lo tenne anche sospeso fra la vita e la morte, lo fermò dal realizzare i suoi sogni. Uomo di poche parole e di grandi fatti, Matteo si sposò nel 1966; continuava a lavorare "sotto padrone", ma la voglia di fare il salto e di provare a costruire qualcosa di più delle case che già realizzava come dipendente c'era tutta. Così, grazie anche all'incitamento del prof. Ronzani, nel 1969, col geometra Renzo Callegari nasce la Pozza e Callegari Snc. All'inizio i lavori sono su commissione: terreno già di proprietà su cui realizzare la costruzione. Nel 1972 nasce Claudio, il secondogenito, che il papà talvolta porta nei cantieri. Fin da allora, Claudio non ha mai avuto dubbi: quello sarebbe stato anche il suo lavoro. Di lì a poco cominciano i veri lavori d'impresa. La struttura della ditta è più operativa d'estate, mentre nei mesi invernali si concentrano di più tutte le operazioni burocratiche che, si sa, in questo settore non sono mai snelle. La Pozza e Callegari nel 1983 diventa Pozza Matteo & C. Sas, ma non muta il suo stile: gli operai sono per la maggior parte di Lusiana. Nel 1991, dopo due estati di apprendistato, Claudio entra nell'azienda, fresco del diploma di geometra: all'inizio si occupa soprattutto del controllo dei materiali e dell'avanzamento lavori. Superato il periodo di prova, Matteo lascia sempre più spazio al figlio: all'inizio non è facile, si tratta di due generazioni a confronto, ma pian piano le cose si sistemano. Dal 1998 Claudio è socio, e ora a capo dell'azienda, e in circa dieci anni l'impresa ha realizzato oltre quarantacinque cantieri. ■





Progettazione integrata: costruire senza sorprese

Si sta affermando un nuovo modo di realizzare le opere nel settore edile, che comporta vantaggi tanto per le imprese che per l'utente finale: ce lo spiega l'Ing. Gianluca Loffredo

Confartigianato Vicenza e Verona, in collaborazione con Edilcassa, hanno recentemente ospitato un convegno rivolto alle imprese del Sistema Casa sulla progettazione integrata, ovvero quella "programmazione intelligente" degli interventi in cantiere che permette risultati certi con una riduzione di tempi e costi. In questo ultimo periodo, infatti, vuoi anche per l'introduzione di obblighi relativi alla certificazione dei materiali e degli edifici, nonché di norme sulla sicurezza (strutturale e antincendio) e sull'utilizzo di fonti energetiche rinnovabili, la progettazione integrata è diventata un'esigenza irrinunciabile, e quindi un tema su cui è utile richiamare l'attenzione di imprenditori e professionisti. La qualità del prodotto finale, infatti, deriva dalla capacità di tutte le componenti del gruppo di lavoro di analizzare e coordinare tutti gli aspetti inerenti al cantiere fin dalle prime fasi di progettazione. L'efficienza energetica, l'uso di fonti rinnovabili, la riqualificazione urbana, la sicurezza, diventano quindi i nodi cruciali di una programmazione che mira a evitare gli sprechi e a ottimizzare i risultati. In che modo, lo abbiamo chiesto al relatore dell'incontro, Gianluca Loffredo.

Ingegner Loffredo, vogliamo intanto riassumere cosa s'intende per progettazione integrata?

"È l'insieme di tutti quei processi che portano alla realizzazione dell'opera. Fino ad oggi, un'opera veniva realizzata attraverso l'insieme di specifiche professionalità tra di loro separate. Facciamo un esempio: una semplice abitazione o infrastruttura era concepita dividendo le diverse discipline (la parte architettonica, la parte impiantistica, quella idraulica o elettrica, quella strutturale…). Oggi invece tutto questo viene assemblato in un unico sistema, in maniera che si possa governare il processo e quindi gestirne tutte le fasi sin da quelle preliminari. In questo modo è possibile seguire il progetto dall'individuazione dell'intervento, e/o del budget, fino alle sue fasi conclusive, in cui si ha l'opera realizzata secondo le previsioni del progetto".

Dal punto di vista pratico, quali vantaggi offre questo modo di operare al professionista e alle imprese?

"Il vantaggio è quello di accorciare i tempi di realizzazione dell'opera. Il concetto è quello della 'lean production', il sistema che ha messo in campo la Toyota anni fa, ovvero un progetto dai tempi congrui e un'opera dai tempi altrettanto congrui. Quindi, un progetto che può durare anche un po' di più rispetto ai tempi cui si è abituati, ma un'opera che si realizza in tempi molto stretti e coerenti".

E i vantaggi per l'utente?

"In primis, la scelta di alcuni elementi in fase preliminare del progetto, che vengono così colti senza problematiche e interferenze successive, senza quegli imprevisti legati a scelte di un certo tipo che possono creare delle conseguenze negative. Quindi, primo vantaggio, la certezza di avere, a opera realizzata, quanto richiesto in fase iniziale. I benefici per l'impresa sono invece quelli di avere dei tempi certi e anche dei costi certi, perché con la progettazione integrata si evitano gli sprechi dovuti a problematiche non intercettate o non individuate al momento giusto. Quanto all'attenzione ai costi, dalla parte dell'utente ci sono vantaggio oggettivi: poter integrare i processi significa, e implica, un minor costo dell'opera a parità, ovviamente, di obiettivi in termini di prestazioni energetiche, estetiche e funzionali e a parità di scelta dei materiali. Quindi, il bene ha un minor costo grazie a una 'industrializzazione', possiamo definirla, del processo. Il che non significa andare a scapito delle peculiarità del bene stesso: non si tratta di intervenire 'in serie', ma di intervenire sulle interferenze".

Ci vuole una particolare sensibilità, un particolare orientamento, anche verso l'utilizzo di tecnologie e impianti rivolti al risparmio energetico?

"Occorre sicuramente della formazione per tutti gli attori del processo - progettisti, imprese e anche utenti finali - in modo da poter usare lo strumento bene e nel migliore dei modi. Come già avviene nel settore automobilistico, dove la casa madre, ma anche il rivenditore e l'utente finale, conoscono - o dovrebbero conoscere - in maniera adeguata il processo, per seguire così l'iter di quel bene nel migliore dei modi".



Chi è Gianluca Loffredo

Nato ad Avellino nel 1976, consegue la laurea in Fisica nel 2000 e intraprende la strada del dottorato di ricerca all'Università di Ferrara, studiando in particolare la focalizzazione dei raggi X. Nel 2010 si laurea in Ingegneria Civile presso l'ateneo estense. Oggi è direttore generale di Archliving, società di ingegneria dove sono impegnati trenta professionisti, e si occupa di efficientamento energetico e miglioramento sismico degli edifici (sia residenziali che commerciali e produttivi). Loffredo continua anche il rapporto con l'Università di Ferrara, per la quale svolge attività accademica e di ricerca sperimentale. Autore di numerosi articoli nel settore della Fisica Sperimentale, collabora anche con numerose pubbliche amministrazioni. È vicepresidente di Aspenergia, associazione attiva nel campo dello sviluppo di progettazione integrata, nonché consigliere di Ance Ferrara ed Edilform Estense dal 2013. Il suo impegno sulla progettazione integrata all'interno di Archliving riguarda anche il recupero del patrimonio architettonico. ■

La buona merenda si impara sul web

La storia animata realizzata per il web da un'impresa vicentina è stata selezionata dal Ministero della Salute per la campagna di sensibilizzazione su allergie e intolleranze alimentari



È entrata a far parte de "Il teatro della salute", iniziativa del Ministero della Salute, la storia animata "Una merenda particolare" realizzata dall'azienda ICT vicentina Jolly Rogers/Weird Studio in collaborazione con l'Istituto Zooprofilattico Sperimentale delle Venezie per sensibilizzare genitori, bambini e insegnanti sul rischio-allergeni.
Allergie e intolleranze alimentari rappresentano un problema in molti Paesi industrializzati, e alcuni studi hanno evidenziato che circa un quinto dei bambini allergici hanno sperimentato almeno una volta una reazione in ambito scolastico. Per questo, nell'ambito della ricerca "Sviluppo di metodi nanotecnologici (biosensori) per rilevare allergeni nascosti in alimenti di origine animale e vegetale", è stata prodotta, coinvolgendo insegnanti e bambini, la storia animata "Una merenda particolare", che racconta in modo divertente alcuni dei principali rischi legati ad allergie e intolleranze.
Pietro Melchioro, titolare di Weird Studio e membro della consulta ICT di Confartigianato Vicenza (Gruppo 100100), spiega come è avvenuta la produzione: "Tecnicamente abbiamo prima trasformato la storia da una versione teatrale a una animata per il web, poi abbiamo creato uno storyboard con dialoghi per ogni scena e ipotizzando delle animazioni. Successivamente abbiamo illustrato il racconto – grazie alla creatività di Alberto Baldisserotto di Dali Arts - creando i fondali, i personaggi e i movimenti, infine abbiamo creato una app-web che permetteva di visualizzare il tutto. Le scene vengono create attraverso un client di gestione dedicato, che permette di temporizzare tutti i layer (immagini e audio) caricati sulla scena".
La storia animata si può visionare e condividere sui social network visitando il sito del Ministero della Salute. ■

Qualità Garantita BE dal 1983
BRUNELLO EVARISTO
MALO - VICENZA

Bonifica e rimozione materiali contenenti amianto. Coperture civili e industriali.

i nostri servizi:

· Sopralluogo e consulenza per l'avvio della rimozione dei materiali contenenti amianto.
· Bonifica, rimozione e smaltimento di materiali contenenti amianto: coperture in eternit, pareti, canne fumarie, vasche, ecc.
· Posa in opera di nuove coperture (anche impermeabili) in vari materiali quali: acciaio, alluminio, pannelli precoibentati, ecc.
· Opere di lattoneria



inoltre,

potete usufruire del servizio di MICRORACCOLTA destinato ai privati, ospedali, centri sportivi/ricreativi e condomini, il quale consiste in una procedura più celere per abbattere piccole coperture oppure pochi quantitativi di lastre o materiale già accatastato a terra (N.B. Non applicabile a tutti i Comuni della provincia di Vicenza)

SOPRALLUOGHI E PREVENTIVI GRATUITI

VIA PISA, 15/3 - 36034 MALO (VI) - Tel. 0445 606031 - 0445 587501 - 335 5487378 - info@brunelloevaristo.it - www.brunelloevaristo.it

Il progetto BREF continua: *ecco cosa hanno scoperto gli artigiani vicentini del settore edile durante la visita di studio in Austria in occasione dell'European Cooperation Day*



COME "COSTRUIRE" IL FUTURO? A SALISBURGO FANNO COSÌ

Proseguono le iniziative internazionali che Confartigianato Vicenza attua nell'ambito del progetto BREF (Business Resource Efficency) sull'uso efficiente delle risorse energetiche nelle piccole imprese, finanziato dai fondi europei del programma Interreg IV Italia-Austria.
Spunti di interesse, ad esempio, sono venuti dalla recente visita di studio a Salisburgo nell'ambito dell'European Cooperation Day, occasione in cui vengono presentati i migliori progetti di cooperazione transfrontaliera, tra i quali è stato appunto scelto anche il BREF, che si occupa fra l'altro delle potenzialità dell'innovazione per le Pmi del settore dell'edilizia.
Di qui la missione compiuta in Austria a due realtà d'avanguardia, cui hanno preso parte imprese e tecnici di Confartigianato Vicenza e che ha permesso ai partecipanti di conoscere meglio sia le opportunità negli ambiti della ricerca, dell'istruzione e della formazione del personale, e sia le opportunità che l'utilizzo di tecnologie innovative (stampanti 3D, tagliatrici laser, fresatrice CNC, plotter da taglio, eccetera) offre. Nel dettaglio, sono state visitate la Bauakademie attiva presso il Lehrbauhof Salzburg, ente formativo nell'ambito dell'edilizia e dell'architettura, e il fablab HappyLab.
Bauakademie è una realtà di primo livello nella formazione per il settore delle costruzioni in Austria: attraverso programmi dedicati e innovativi ambiti di ricerca, rappresenta un caso di eccellenza nella preparazione delle maestranze edili.



Tra i progetti di ricerca realizzati, i "Thermo active building systems" e il "Thermal confort with brick and concrete", ovvero sperimentazioni impiantistiche a fonti rinnovabili su edifici con volani termici dati da strutture compatte di cemento e forati.
HappyLab è invece il primo fablab dell'Austria, un luogo dove le idee e i progetti possono essere prendere vita con l'aiuto di stampanti 3D, Laser Cutter, fresatrice CNC e Vinil Cutter, strumenti innovativi per l'artigiano del futuro che ha a disposizione uno spazio e gli attrezzi per realizzare le proprie idee. Il fablab è ad accesso libero e permette a tutti di impiegare gli strumenti di fabbricazione digitali: ogni giorno persone con background differenti utilizzano le macchine di HappyLab per dare vita ai propri progetti, pagando solo i materiali.
Gli imprenditori vicentini delle categorie appartenenti all'area-casa sono rimasti positivamente impressionati dalle attività innovative oggetto della visita.
"I progetti di ricerca della Bauakademie - spiega Giovanni Lovato, presidente degli Edili di Confartigianato Vicenza - sono molto interessanti. Ad esempio, le verifiche sul comportamento igrometrico e la trasmittanza dei materiali da costruzione, attuate con l'utilizzo di centinaia di sonde, stanno trovando soluzioni a problematiche operative sulle quali ci interroghiamo anche noi".
"Dai dati del progetto Thermo active building systems - aggiunge Dario Dalla Costa, presidente dei Termoidraulici Confartigianato - abbiamo visto l'influsso del gradiente di temperatura in funzione dell'isolamento in edifici inerti termicamente. Con tali strutture è possibile ottenere un elevato comfort ambientale affidandosi unicamente alla produzione di calore da fonti solari".
Matteo Bertola, presidente della categoria Marmo e Pietra, sottolinea dal canto suo: "Non meno interessante è stata la visita a Happylab, un laboratorio unico per dare vita alle idee, anche le più visionarie, con stampanti 3D e tagliatrici laser, un punto d'incontro per il co-working di artigiani, architetti e designer. Anche le possibilità di modellare e disegnare materiali come la pietra diventano infinite". ■



2.500 KM IN AUTO ELETTRICA: ECCO L'EFFETTO CHE FA…

Nuovo capitolo del progetto Futuro Elettrizzante promosso da Confartigianato Vicenza: *dopo i test sulla mobilità urbana, stavolta si è voluto provare un lungo percorso autostradale da Milano ad Amsterdam a bordo di quattro Tesla per verificare fattori come i tempi e la durata delle ricariche o la reperibilità delle colonnine di rifornimento*

Sia pur con ritmi più lenti rispetto alle attese, l'auto elettrica sta gradualmente aumentando la sua presenza nelle grandi città europee. E dal 2010 anche Confartigianato Vicenza sostiene, con il progetto Futuro Elettrizzante, l'auto elettrica come valida alternativa per la mobilità delle persone, soprattutto in ambito urbano. L'utilizzo di veicoli a trazione elettrica al posto di mezzi con motore a combustione interna, è stato ampiamente dimostrato, comporta infatti grandi vantaggi non solo per la salvaguardia dell'ambiente e per la salute, ma anche sul piano dei consumi energetici e del contenimento dei costi gestionali.

Ma quali difficoltà si possono incontrare con un'auto elettrica al di fuori della cinta urbana? Questa l'ulteriore domanda che Confartigianato Vicenza si è posta, organizzando un viaggio con quattro auto elettriche per studiare lo sviluppo della rete logistica e la diffusione dei veicoli elettrici nel nord Europa, facendo poi un parallelo con il nostro Paese.

All'iniziativa hanno partecipato quattro tecnici (uno di "Quattroruote" e tre di "eV-Now!") e un gruppo di imprenditori vicentini della stessa Confartigianato: la comitiva è partita da Milano, una delle città italiane che più si stanno attrezzando con le colonnine elettriche per la ricarica, puntando verso il nord Europa, con tappa finale ad Amsterdam, in Olanda, dove si trova una delle principali filiali della Tesla (e proprio auto elettriche TeslaMotors Model S sono state quelle utilizzate per percorrere gli oltre 2.500 chilometri del tour).

La scelta di tali mezzi non è stata casuale, ma legata al fatto che la casa costruttrice ha cominciato a operare in questo campo partendo dal "retrofit" di una Lotus Elise, che venne trasformata da benzina a elettrica e andò a ruba in migliaia di esemplari: rinominata "Tesla Roadster" era realizzata con tecnica artigianale, partendo da un kit e non con una procedura industriale, come avviene di solito nell'automotive. Inoltre, Tesla Motors ha fra i suoi obiettivi quello di accelerare la transizione al mondo della mobilità elettrica. E la stessa Confartigianato Vicenza, con il Progetto Reborn nato come braccio operativo di Futuro Elettrizzante, sta supportando lo sviluppo del know-how nel campo dei sistemi di riqualificazione/trasformazione elettrica delle "city car" usate: è il caso dell'ormai famosa Fiat Panda trasformata dai meccanici vicentini, nonché dell'azione legislativa per un apposito decreto sul kit "retrofit" ora in attesa di firma da parte del Ministro dei Trasporti.

Ma torniamo al viaggio delle quattro auto, ognuna con tre persone a bordo.

I bagagli, quasi tutti dei trolley di media dimensione, ci stanno senza problemi. La partenza è da Milano, la prima meta è Mannheim (650 km). Dopo circa due ore e mezza, il primo impatto con la visione "slow" del viaggio elettrico: fermata a Beckeriend, in Svizzera, per una ricarica in un super charger Tesla, dato che è ormai consumata l'80% dell'energia disponibile. Settanta minuti di attesa e le batterie sono nuovamente cariche, l'attesa



in questo grazioso centro sul Lago dei Quattro Cantoni passa anche velocemente, chi ha guidato è contento per il positivo impatto con la vettura, mentre gli altri aspettano il cambio al volante. Prima di arrivare a Mannheim ci si deve fermare altre tre volte, anche se l'ultima sosta è dovuta al fatto che l'albergo non è attrezzato per ricariche e si preferisce partire il giorno dopo con il "pieno" nelle vetture. A quel punto è chiaro che, per un uso autostradale, l'autonomia della vettura non supera i 300 km e logicamente ci si deve fermare prima di tale soglia, perché bisogna trovare un punto di ricarica (le colonnine non hanno la stessa frequenza dei normali distributori, la distanza massima tra un punto e l'altro è di 200 km circa).
Il giorno dopo si riparte alla volta di Amsterdam, sede della filiale Tesla più importante d'Europa (e lì vicino c'è anche Tilburg, dove avviene parte dell'assemblaggio della vettura): essendo il pernottamento fissato a Rotterdam, i chilometri percorsi sono in tutto 575, con tre soste per la ricarica, una in Germania e due in Olanda. Il terzo giorno si parte alla volta di Norimberga, una tappa di 700 km con una sosta ricarica per le auto in Olanda e due soste ricarica in Germania. Avendo ormai ampiamente provato le auto, emerge che i posti posteriori sono comodi, ma le guarnizioni dei finestrini, a causa del limitato spessore, non hanno una buona tenuta. Ultimo giorno, Norimberga-Vicenza: 670 km con altre tre tappe di ricarica, una in Germania e due in Italia, e qui compare la differenza non solo quantitativa ma anche qualitativa tra l'Italia e l'estero: al super charger del Brennero non c'è un posto di ristoro, e se arrivi a tarda sera non trovi nemmeno i bagni; quella di Verona invece, essendo adiacente a un albergo, in qualche modo si salva.
A commento dell'intera esperienza Luigino Bari, componente della Giunta della Confartigianato di Vicenza, osserva: "La strutturazione delle colonnine di ricarica all'estero comincia a essere veramente su un buon livello: noi per comodità abbiamo utilizzato, in quanto l'auto ce le segnalava in automatico, quelle della casa madre, ma ve ne sono anche molte altre, e spesso non a pagamento. Al momento, quando viaggi con un'auto elettrica hai quindi la necessità di controllare bene nelle cartine dove sono le zone di ricarica, modificando eventualmente il percorso; inoltre, se trovi già altre auto ferme o non c'è abbastanza potenza, i tempi di ricarica si allungano di molto rispetto ai tempi standard di cinquanta minuti, e impiegare due ore, come ci è successo un paio di volte, diventa un tempo che tende a superare la soglia di sopportazione. Ciò nonostante, il viaggio ci ha confermato la competitività della trazione elettrica nel medio termine anche se, sul piano strettamente operativo, appaiono ancora vari ostacoli e barriere da rimuovere, talvolta di carattere normativo, altre volte di carattere culturale. Riteniamo che il nostro progetto Reborn sulla trasformazione di un veicolo a motore endotermico in uno a esclusiva trazione elettrica sia un'idea su cui continuare a investire, anche perché può avvicinare il consumatore a questo tipo di mobilità. In attesa che le case automobilistiche decidano di investirci maggiormente. E questo ci è confermato anche da fatto che Tesla ci sta osservando da vicino".
In conclusione, alcuni dati tecnici sulle quattro vetture usate per il tour: si trattava di due ModelS P85 da 421 cavalli a trazione posteriore, e di due ModelS P85D da 700 cavalli a trazione integrale; motore a induzione trifase 4 poli con batteria agli ioni di litio. La ricarica avviene in corrente continua dai super charger, con una tensione di circa 400 Vcc e 330 ampère; viene utilizzato un sofisticato e robusto convertitore di coppia, e non un riduttore, per trasmettere la potenza del motore alle ruote. Curiosità: diversamente dalle auto tradizionali a quattro ruote motrici, sulla ModelS la coppia viene gestita digitalmente direttamente dai motori montati sui due assi, in linea con la trazione, senza cardani o accoppiamenti, lasciando più spazio libero ai bagagli e al tunnel centrale dell'auto. La casa madre invia gli aggiornamenti come per i telefonini, via sim card internazionale o wi-fi. ■



Anche in Veneto le imprese del settore sono in aumento, segno che anche molti giovani trovano soddisfazione in questa attività: un fenomeno giunto appena in tempo, prima cioè che lasciasse il lavoro una intera generazione di maestre e maestri del "su misura"…

La rivincita della sartoria

"La sartoria artigiana è la culla dell'alta moda italiana e il segreto del suo successo. Ma negli ultimi vent'anni è stata abbandonata a se stessa, scarificata sull'altare della moda di massa e delle griffe. Per fortuna la globalizzazione, la massificazione e l'omologazione hanno scatenato un fenomeno di pari forza ma opposto: la voglia di personalizzazione, originalità, qualità e buon gusto. E tutto questo è successo appena in tempo, prima che maestri e maestre italiani sparissero per raggiunti limiti di età e, con loro, sparisse un patrimonio di competenze, conoscenze e cultura unici al mondo".

Così Daniele Berdusco, presidente dei Sarti di Confartigianato Veneto, ha commentato la presentazione dei dati sull'andamento del mestiere: dall'analisi dell'Ufficio studi dell'associazione emerge infatti che in due anni e mezzo, dal 2013 al primo semestre 2015, nella nostra regione le sartorie artigiane (e parliamo solo del confezionamento su misura, escluse le riparazioni e i "taglia e cuci") sono cresciute del 7%, con un saldo positivo di ben 44 attività. Il che ha portato a 661 le imprese attive, 117 delle quali attive nel Vicentino. Un dato straordinario, soprattutto se confrontato con il resto del Paese: a fronte di un peso del 7,6% sul totale delle 8.674 sartorie italiane, in Veneto la crescita è stata incredibile e le 44 attività in più rappresentano un terzo del saldo totale, che risulta essere di più 120 sartorie nel periodo preso in considerazione.

"Il sistema moda non è fatto solo grandi firme – spiega Berdusco - , ma è anche una vasta rete di piccoli artigiani, che dal disegno al taglio realizzano capi unici. La sartoria artigianale, nonostante la crisi (o forse grazie a essa), è un settore ancora vivace, e quella di sarte e sarti è una professione "a tutto tondo", riscoperta da giovani e meno giovani che voglio distinguersi. Il segnale più incoraggiante sul risveglio del settore, infatti, è che il 17% delle imprese è rappresentato da laboratori giovani, con titolari sotto i 35 anni. Un bel risultato, visto che solo qualche anno fa una delle maggiori difficoltà era proprio il ricambio generazionale".

"La ricetta vincente – conclude Berdusco - è dunque presentarsi sul mercato con creatività e qualità. Lo spazio c'è. Oggi sappiamo che tra le professioni più richieste ci sono quelle di sarta modellista, professionalità importanti in cui la disponibilità è ancora superiore all'offerta". ■





Torna il tradizionale appuntamento provinciale per gli operatori dell'Acconciatura e dell'Estetica: domenica 15 novembre, al Teatro Comunale di Vicenza, ci si confronterà su come ri-orientare il mestiere tenendo conto dell'evoluzione demografica in atto nella nostra società, sempre più "multietnica", e delle nuove prospettive che questo implica



La bellezza che cambia tra mode e altre culture

I mestieri dell'acconciatore e dell'estetista, comunemente denominati "professionisti della bellezza", sono in continua evoluzione. Questo perché cambiano costantemente i look, le mode, le tendenze, e anche perché l'Italia è sempre maestra di stile nel mondo: sono fattori che instillano negli imprenditori del settore il bisogno di formazione e aggiornamento continuo, per rimanere competitivi sul mercato.

Questa tendenza può accentuarsi in considerazione di evoluzioni del tessuto sociodemografico che apparentemente non toccano la vita del parrucchiere di contrada o del centro estetico cittadino, e che invece prima o poi coinvolgeranno anch'essi. Un esempio: le stime demografiche dicono che in Italia e in Europa si sta progressivamente abbassando il tasso di natalità, contemporaneamente aumenta la speranza di vita e quindi l'età media della popolazione. Conseguenza: si avrà sempre più popolazione anziana nei prossimi decenni. Altro esempio: le migrazioni dei popoli nel nostro Paese e l'aumento di residenti di origine straniera farà sì che il nostro tessuto sociale sarà sempre più multietnico. Conseguenza: vi saranno modi sempre più diversi di percepire la propria bellezza, in virtù delle variegate tradizioni, costumi, credi religiosi, mode e modi di vivere che ognuno porta con sé. Conclusione: forse non si è ancora preparati ad affrontare queste sfide, che richiedono indubbiamente nuove competenze nell'affrontare tali tipologie di clientela, ritenute finora ancora poco importanti. Ma un domani?





Con il tradizionale convegno autunnale rivolto ai professionisti dei settori Acconciatura ed Estetica, ancora una volta Confartigianato Vicenza propone dunque un importante appuntamento per cogliere nuovi stimoli e maturare la comprensione di come evolverà la figura del professionista della bellezza. L'incontro cercherà di dare risposta ai seguenti interrogativi: come e dove nascono le tendenze? Come la moda influenza il look delle persone? Perché è importante pensare come pensa la nostra clientela? Quale preparazione tecnica è necessaria con capelli e tipi di pelle diversi? Quali saranno i futuri clienti? In che modo le religioni e le culture influenzano la cura del corpo? Che trattamenti di bellezza richiedono i clienti stranieri? Quale formazione dovrò affrontare per il mio avvenire? Come viene vista la bellezza al di fuori del mio piccolo paese? Come mantenere a lungo la mia professione? Come garantire il benessere degli altri, partendo anzitutto dal mio? Come pianificare senza errori il mio futuro professionale, per avere successo?

A questi temi è appunto dedicato l'evento annuale per i professionisti della bellezza, che si svolgerà domenica 15 novembre, a partire dalle ore 15, al Teatro Comunale di Vicenza. A quanti parteciperanno al convegno verrà consegnata una guida-opuscolo che illustra i nuovi standard di bellezza per l'avvenire nel settore Acconciatura ed Estetica. ■

Vestire un prodotto

senza spogliare un pianeta ...



si può fare.



SDR

evolutive packaging



Sacchettificio di Rosà srl
Via Segafredo, 6 - 36027 Rosà (VI) Italy
T. +39 0424 581990 - F. +39 0424 858323
www.sdrpack.com - info@sdrpack.com

packaging BRC certificated

Territori

Aziende di Confartigianato e Confindustria protagoniste di un progetto che mira a sviluppare le competenze dei ragazzi dell'Istituti De Pretto di Schio anche in chiave di futuro occupazionale, così come raccomanda la riforma della pubblica istruzione



L'ALTERNANZA SCUOLA-LAVORO PARTE DALL'ALTO VICENTINO

"L'alternanza scuola-lavoro consiste nella realizzazione di percorsi progettati, attuati, verificati e valutati, sotto la responsabilità dell'istituzione scolastica o formativa, sulla base di apposite convenzioni con le imprese, o con le rispettive associazioni di rappresentanza, o con le camere di commercio, industria, artigianato e agricoltura, (...) disponibili ad accogliere gli studenti per periodi di apprendimento in situazione lavorativa, che non costituiscono rapporto individuale di lavoro". Così il Ministero dell'Istruzione definisce quello strumento formativo che, in pratica, mira ad avvicinare sempre più imprese e giovani, in maniera che le aziende trovino un domani le professionalità di cui hanno bisogno, e che i ragazzi possano centrare di più il proprio percorso scolastico mettendo a frutto le competenze acquisite in un'ottica di inserimento lavorativo.

Negli ultimi anni, il rapporto tra scuola e mondo dell'impresa si è intensificato e, a dimostrazione della sua importanza, sta anche il fatto che l'alternanza è stata inserita nella riforma della Buona Scuola del governo ampliandola a 400 ore (la media delle ore attuali è 90) per gli istituti tecnici e a 200 ore per i licei, coinvolgendo – altra novità - non più solo le quarte e quinte classi ma anche le terze. Inoltre, la partecipazione a questi progetti verrà inserita a tutti gli effetti nel curriculum scolastico degli studenti.

Il Vicentino in questo campo, come in tanti altri, è stato un precursore. Spesso le aziende accolgono studenti per gli stage, altre realtà stimolano le competenze apprese in classe attraverso concorsi che mirano alla creazione di prodotti. È il caso della Confartigianato provinciale, sempre attiva verso il mondo della scuola sia con incontri di orientamento (tanto per le medie che per le superiori), sia attraverso iniziative (Premio Trentin, Concorso Maya, Progetto Narciso...) che mettono alla prova i ragazzi.

Ora c'è un altro passo importante, perché Confartigianato, assieme a Confindustria Vicenza, coinvolgerà gli studenti dell'area di Schio in un articolato progetto proprio basato sull'alternanza scuola-lavoro. Di fatto, per avviare un modello valido è necessario che siano coinvolti almeno una scuola superiore, un ente territoriale e tre aziende. Quello scledense va ben oltre: c'è l'ITIS De Pretto, che gioca in casa, e le imprese partecipanti, tutte iscritte a Confindustria o Confartigianato, sono più d'una decina (Andritz Frautech, Andritz Hydro, BFT, De Pretto Industrie, Faraplan, FOC, Mazzon, PFM, Polidoro, Smalvic, VDP, Ecor Research, Laser Tech e Omar).

Con questo "schieramento" in campo, anche i giovani coinvolti potranno essere molti, a partire dai primi 28 di quest'anno. Fino a maggio, essi saranno protagonisti attivi di un progetto che prevede una parte formativa (40 ore) sul mondo del lavoro e una parte pratica (da 60 a 100 ore "on the job") in cui dovranno cimentarsi in un progetto d'azienda. Il tutto poi sarà condensato in una tesina che verrà presentata a fine anno.

"Si tratta di un progetto importante - commenta Paola Gasparini, presidente del Raggruppamento di Schio-Thiene di Confindustria - sia per le imprese che per i ragazzi, che spesso scontano competenze carenti per affacciarsi al mondo del lavoro. Con questo progetto le distanze si accorciano, merito anche di quelle ditte che aprono le porte ai giovani e li accolgono".

"Grazie a questa iniziativa - aggiunge Nerio Dalla Vecchia, presidente del Mandamento Confartigianato di Schio - anche le piccole e medie imprese possono confrontarsi con la scuola e far vedere quali e quante professionalità sono necessarie alla realtà artigianale, storicamente così importante per il nostro territorio".

Per Giovanna Deon, dirigente dell'ITIS De Pretto, "il progetto di alternanza raccoglie i frutti di un lavoro iniziato anni fa da un'idea lungimirante di alcuni docenti e permette ai ragazzi di mettere in pratica le competenze acquisite in aula e di arricchirle e affinarle al punto che, come previsto anche dalla riforma, questa esperienza diventa una materia a tutti gli effetti".

Infine secondo Antonio Miccoli, della Commissione Scuola di Confindustria, l'obiettivo del progetto è chiaro: "Le aziende possono valutare i ragazzi concretamente anche in chiave di futuro inserimento lavorativo. Si apre così un dialogo con la scuola con uno scambio di conoscenze che non può che essere proficuo per tutti i soggetti coinvolti". ■

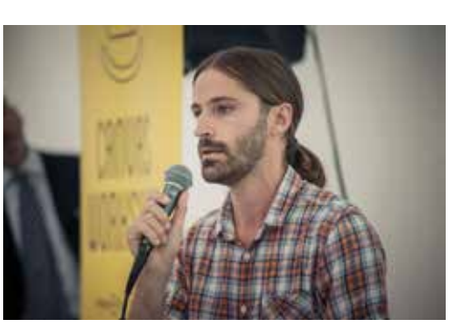
La nuova struttura, che ha preso avvio ospitando le giornate formative sul metodo Canvas, intende "contaminare" tradizione e innovazione, cultura materiale e digitale, essere Fablab e incubatore di nuove attività, al servizio di aziende già operanti e di quelle non ancora nate



MEGAHUB DI SCHIO, UN LABORATORIO **PER LE IMPRESE DI OGGI E DI DOMANI**

Il Megahub di via Paraiso a Schio è un nuovo spazio nato per diventare un incubatore di idee e di imprese che, grazie al riuso degli spazi un tempo occupati dal Maglificio Sartori e una volta completata la dotazione di tutte attrezzature previste, ospiterà artigiani, aspiranti imprenditori, professionisti, giovani e neolaureati che qui potranno progettare e realizzare nuovi prodotti avvalendosi di macchinari di ultima generazione per la lavorazione di tessuti, legno e ferro, e di un FabLab con strumenti per la manifattura digitale, come le stampanti 3D. Si potranno dunque mettere a frutto inventiva e conoscenze dando vita a prototipi e start-up. Promotrice dell'iniziativa è la Cooperativa Samarcanda con la partnership, tra gli altri, della Confartigianato provinciale e i contributi della Regione Veneto e della Fondazione Cariverona.

"L'idea – spiega Giovanni Gasparin, coordinatore del progetto Megahub per la cooperativa - è quella di mettere insieme più esperienze possibili e creare delle connessioni tra chi vuole avviare un'attività di tipo artigianale, e che quindi ha bisogno di un certo tipo di formazione e informazione, e le aziende consolidate che cercano nuovi spunti. L'idea principale è: contaminare e lasciarsi contaminare. Anzitutto, il Megahub sarà un incubatore dove giovani e imprenditori potranno trovare anche un 'tutoraggio' per capire se l'idea che propongono abbia senso e regga sul mercato. Inoltre ci saranno anche laboratori di prototipizzazione digitale con stampanti 3D, e tutti quei materiali e tecnologie che permettono all'artigianato classico di contaminarsi con l'innovazione. E poi questo spazio sarà anche un'officina condivisa, nel senso che chi magari vuol fare del suo hobby un mestiere potrà trovare spazi di lavoro e macchinari adeguati. Vorremmo, insomma, uscire dalla classica idea dei FabLab, più concentrati nel solo studio delle nuove tecnologie, unendo l'innovazione all'artigianato. E poi vorremmo dare ai giovani uno spazio multifunzionale dove crescere e capire anche se la loro idea imprenditoriale è un sogno o una concreta possibilità, magari da condividere con altri".



Un progetto, quello del Megahub, che è stato condiviso da Confartigianato per le interessanti opportunità orientate all'innovazione che offre a imprese e aspiranti imprenditori dell'area di Schio e dintorni. Commenta Cristian Veller, presidente provinciale e regionale della categoria ICT di Confartigianato: "Il nostro obiettivo è quello di offrire ai soci e alle aziende la possibilità di realizzare dei prototipi da mettere sul mercato senza spostarsi molto dalla propria sede, grazie alla presenza in questo spazio di macchinari e tecnologie aggiornate". E Nerio Dalla Vecchia, presidente del Mandamento Confartigianato di Schio, aggiunge: "Il Megahub è davvero un'importante novità non solo per la zona scledense, ma anche per tutto l'Alto Vicentino: credo che per le aziende possa rappresentare un concreto supporto grazie alla possibilità di sviluppare idee e progetti anche come leva per guardare al di là delle difficoltà attuali".

A "inaugurare" il Megahub di Schio, nell'ambito dell'edizione 2015 di "InnovArti" promossa dalla stessa Confartigianato, è stato intanto un corso – tuttora in svolgimento - sul Metodo Canvas, uno standard internazionale che permette di comunicare rapidamente ed efficacemente il valore della propria attività. Perché, come ha spiegato Matteo Fusco di Beople, "oggi lo scenario è cambiato e fare prodotti di qualità non significa necessariamente vincere sul mercato. Bisogna ripensare il modello di business dell'azienda, evitando la lotta sui prezzi e preservando la qualità".

In cosa consiste questo metodo? "Fondamentalmente - continua Fusco- si mette su carta la visione d'insieme di come funziona l'azienda: nove blocchi rappresentano gli elementi costitutivi dell' impresa, e l'utilizzo dei post-it consente di mapparne il funzionamento. Nel momento in cui si riesce a formalizzare com'è costituita l'impresa, ecco che si riescono a fare anche delle riflessioni strategiche, e quindi a ripensare a come si deve stare sul mercato e quale debba essere il modello migliore di business". Ed è proprio la semplicità la carta vincente del metodo, perché spesso, quando si sente parlare di strategia, non pochi si spaventano. "Canvas - conclude Fusco - è un metodo molto 'visuale', e spesso un'immagine vale più di mille parole. Questo indubbiamente facilita la comprensione delle strategie e dimostra come per le aziende non siano necessarie particolari competenze, appunto, in strategia o marketing: Canvas è un modello trasversale utilizzato tanto dalle multinazionali quanto dalle aziende di piccole dimensioni, tanto dalle imprese consolidate quanto dalle start up". ■

Il Mandamento Confartigianato assegnerà due "borse di collaborazione" con l'obiettivo di favorire opere e ristrutturazioni edilizie utilizzando i materiali locali. Studenti e laureati interessati a partecipare al concorso devono inviare la loro adesione entro il 16 novembre

ASIAGO RILANCIA **MARMO E LEGNO**



"Il mercato delle seconde case risente, ormai da anni, della crisi generale delle costruzioni. E le imprese artigiane del nostro territorio – spiega Roberto Stella, presidente del Mandamento Confartigianato di Asiago - hanno capito che il futuro passa sempre più attraverso la manutenzione e ristrutturazione del patrimonio immobiliare esistente, sviluppato in Altopiano, dopo il boom economico degli anni Sessanta"

"Inoltre, nell'intento di favorire la ripresa del settore e di caratterizzare l'immagine architettonica generale - proseguono Gianfranco Muraro e Walter Confortin, rispettivamente rappresentanti mandamentali delle Categorie Marmo, Pietra e Legno - andrebbe favorito l'utilizzo del marmo locale e del legno nelle nuove costruzioni, ristrutturazioni e riqualificazioni degli spazi pubblici esterni".

"A tale proposito - annuncia Stella – come Confartigianato stiamo attuando un progetto volto a valorizzare e promuovere proprio l'utilizzo di quei materiali, raccogliendo gli studi eseguiti sul marmo e sul legno dell'Altopiano, analizzando gli aspetti tecnici correlati al loro impiego nelle costruzioni, con particolare attenzione degli aspetti storici e architettonici relativi al loro utilizzo e nel confronto con altri materiali".

Il tutto porterà all'assegnazione di due "borse di collaborazione" riservate a studenti e laureati dei corsi di laurea magistrale in Architettura, Ingegneria e altre discipline affini, finalizzate alla predisposizione di un documento tecnico atto a valorizzare il marmo e il legno nelle costruzioni, nelle ristrutturazioni edili e nella riqualificazione degli spazi pubblici esterni, con specifico riferimento all'area dell'Altopiano dei Sette Comuni. L'attività di studio e ricerca dei collaboratori, che sarà coordinata dall'arch. Luciano Cunico, professionista del settore, dovrà essere terminata entro il 15 dicembre, come previsto dal bando pubblicato nel sito di Confartigianato Vicenza (**www.confartigianatovicenza.it**) e disponibile presso la sede mandamentale di Asiago. Le iscrizioni vanno effettuate entro il 16 novembre. ■

Produzione lamellari per finestre
Semilavorati arredi
Commercio legnami

LAMELLARI NOBILI s.r.l.





G. IVAN TIBOLLA Cell. 348 3205055 - 348 3205051
Sede operativa: Via Cà Borini, 5/C 36027 Rosà (VI)
Sede legale: Via delle Industrie, 10 30020 Meolo (VI)
Tel. 0424. 582524 - 588189 - Fax. 0424.581865 - lamellarinobili@hotmail.it - www.legninobili.it

Costabissara, Schiavon e Montegalda scelte come location della fiction RAI "Di padre in figlia" scritta da Cristina Comencini, che narra la vicenda di una famiglia di grappaioli

E LA DISTILLERIA DIVENTÒ UN SET



S'intitola "Di padre in figlia", e narra la storia di una famiglia veneta di distillatori, la serie tv che RAI Fiction ha girato in provincia di Vicenza e che vedremo sugli schermi a gennaio: ideata da Cristina Comencini e diretta da Riccardo Milani, la pellicola è interpretata da Stefania Rocca, Cristiana Capotondi, Alessio Boni e Francesca Cavallin. Ovvio che i responsabili della lavorazione cercassero un'ambientazione il più "reale" possibile, e ciò è avvenuto grazie alla collaborazione di alcune ditte del territorio. Come, ad esempio, la Distilleria Schiavo di Costabissara, dove il titolare Marco Schiavo si è detto orgoglioso per aver ospitato le riprese di alcune scene, in cui sono stati "coinvolti" come comparse anche alcuni componenti della famiglia, considerandola una preziosa occasione di visibilità per la nostra tradizione della produzione di grappa.

Anche Jacopo Poli ha sottolineato la disponibilità e l'impegno delle Poli Distillerie nel collaborare con la troupe: "Il progetto è iniziato oltre un anno e mezzo fa, quando le sceneggiatrici richiesero un incontro con la nostra famiglia per definire il corretto contesto storico per il soggetto di Cristina Comencini, che si sviluppa dagli anni Quaranta agli anni Ottanta. E per noi è stato naturale identificarci nei protagonisti della vicenda, una dinastia di distillatori, e rivivere i sacrifici e le difficoltà che molte aziende del settore hanno affrontato in quegli anni di profondi cambiamenti tecnologici e culturali".

"Insieme alle sceneggiatrici – ha spiegato Jacopo Poli - abbiamo analizzato l'evoluzione vissuta dalla grappa nel corso del Novecento, avvalendoci delle informazioni raccolte nella biblioteca del nostro Museo. Per noi è stato un onore che la nostra distilleria di Schiavon sia stata scelta come location e che il regista Riccardo Milani vi abbia trovato quello che cercava per rappresentare la vicenda: famiglia, passione e artigianalità".

A Montegalda il set è stato allestito alla Distilleria Brunello, attiva dal 1840. Soddisfazione quindi anche per Paolo, Giovanni e Stefano Brunello, che al film hanno preso parte anche come figuranti. ■

PULMET
SRL UNIPERSONALE
LUCIDATURA SATINATURA MICROPALLINATURA METALLI
• lucidatura a specchio
• smerigliatura / sbavatura
• satinatura
• sabbiatura e micropallinatura di articoli in ferro, inox ottone e zama
Rosà (VI) • Tel. e Fax 0424 580015 • info@pulmet.it • www.pulmet.it



GIOVANI CREATIVI DELLA MODA E FUTURI CHEF IN GARA CON I CONCORSI "MAYA", "TRENTIN" E "FASHION GAME"

Tra appuntamenti consolidati e novità, ecco tre iniziative vicentine che avvicinano gli studenti degli istituti professionali al mondo del lavoro, in settori dove tradizione e creatività possono stimolare particolarmente la fantasia e le abilità degli studenti

È anche attraverso l'organizzazione di vari concorsi che Confartigianato Vicenza fa conoscere ai ragazzi il variegato mondo della piccola impresa nella nostra provincia e le sue potenzialità in termini di futuro professionale. L'Ufficio Scuola dell'associazione è il referente di queste iniziative, che quest'anno vedono il riproporsi di Fashion Game e del Premio Trentin, mentre a breve saranno proclamati i vincitori del Progetto Maya che ha debuttato nell'anno scolastico 2014/2015. I concorsi coinvolgono gli studenti degli istituti superiori di Vicenza e provincia e prevedono una parte teorica, dove i partecipanti acquisiscono competenze in aula, e una parte pratica in cui quelle conoscenze assumono forma concreta, anche con l'ausilio di imprese attive nei comparti coinvolti.

MAYA: BORSE IN CONCORSO

Maya è il nome del concorso che il Mandamento Confartigianato di Vicenza e Manuela Biancospino, titolare dell'azienda che porta il suo nome, hanno proposto alle classi 3ª e 4ª dell'Istituto Professionale "Montagna", scuola di riferimento della città per il settore moda, offrendo agli studenti la possibilità di cimentarsi in una competizione a squadre che approfondisce un tema specifico, ovvero: "Progetta una 'tote bag' (borsa da giorno) che, in caso di necessità, possa anche trasformarsi in una 'pochette' (borsa da sera)". Obiettivo, favorire la creatività dei giovani coinvolgendoli in un progetto comprendente una reale interrelazione con l'impresa, e tale da permettere loro di cimentarsi in fasi attive della progettazione. Le squadre in gara potevano essere composte da tre a cinque studenti delle classi a indirizzo moda e artistico, impegnate a superare una serie di step fino al traguardo finale. Per arrivare al risultato, il primo passo consisteva nel presentare un progetto con tutti i dettagli del prototipo da realizzare, corredato di un'analisi di mercato, dei trend e dei materiali utilizzati. Nel corso del lavoro era prevista anche una fase "counseling", ovvero i concorrenti potevano rivolgersi alla stessa Biancospino per consulenze, consigli e suggerimenti.

La competizione si è svolta con la partecipazione di settanta studenti, divisi in ventuno gruppi; una commissione giudicatrice ha selezionato gli elaborati pervenuti, stabilendo quelli concorrenti alla premiazione finale. I progetti saranno ora presentati alla giuria direttamente dai loro autori, e valutati per originalità dell'idea, scelta dei materiali, facilità di conversione della borsa, design e aspetto estetico. Per ognuno di tali criteri sarà assegnato un punteggio, e alla fine verrà scelto il progetto con il voto complessivo più alto. Al gruppo vincitore sarà assegnata una borsa di studio di 1.000 euro messa in palio da Confartigianato e dalla stessa Manuela Biancospino.

PREMIO TRENTIN: GIOVANI CHEF IN GARA

Il "Premio De.Co. Severino Trentin" è un'iniziativa nata cinque anni fa dai Ristoratori di Confartigianato Vicenza a ricordo del cuoco che seppe essere figura di riferimento nella promozione dei prodotti alimentari del nostro territorio. Si deve anche a lui, infatti, la riscoperta di prodotti di nicchia, di preziosità alimentari talvolta poco conosciute: un'attività, quella di Trentin, da cui è scaturita la Denominazione Comunale (De.Co.), ovvero il riconoscimento geografico di prodotti che rappresentano la storia e tradizione di un luogo.

segue a pag. 40

segue da pag. 39





Il concorso ha il sostegno della Provincia di Vicenza e del Consorzio VicenzaÈ, entrambi impegnati nella valorizzazione delle De.Co. vicentine coinvolgendo anche il mondo della produzione e della ristorazione, oltre che gli stessi Comuni. "Obiettivo dell'iniziativa – ricorda Valter Franco Marcon, componente della Giunta Esecutiva di Confartigianato Vicenza - è quello di far apprezzare proprio alle giovani generazioni di cuochi quelle eccellenze alimentari che sono tipicamente nostre: conoscendo e promuovendo le De.Co. vicentine, gli chef del domani potranno infatti esaltare ancora di più la ristorazione locale non solo sotto l'aspetto del gusto, ma anche dal punto di vista del legame culturale che tali prodotti hanno con il loro ambiente".

Il Premio si rivolge dunque agli istituti alberghieri e professionali che preparano i futuri professionisti della tavola: in collaborazione coi loro insegnanti, essi devono ideare un piatto contenente uno o più prodotti De.Co. vicentini a scelta: preferibilmente quelli disponibili a fine marzo, periodo in cui si terrà la proclamazione dei vincitori. I ragazzi dovranno realizzare una scheda del piatto (nome, lista degli ingredienti, modalità di ideazione, preparazione, particolarità, anche con traduzione in inglese) e ovviamente il piatto stesso (a scelta tra un antipasto, un primo o un secondo), che dovrà essere abbinato a un vino altrettanto rigorosamente vicentino.

La realizzazione della ricetta sarà valutata sia da una commissione di esperti, sia dal pubblico dei partecipanti a una cena che verrà appositamente indetta nella prossima primavera. Saranno assegnati pertanto due premi: quello della critica, da parte della commissione tecnica, e quello della giuria popolare. Ai vincitori andranno i 1.000 euro in palio, mentre a ogni studente verrà rilasciato un attestato di partecipazione che avrà valenza di credito formativo in sede d'esame. Le domande di partecipazione dovranno pervenire entro il 31 ottobre (per info e scheda di adesione: Ufficio Scuola Confartigianato Vicenza).

FASHION GAME: LA MODA SI FA "ECOCHIC"

La terza edizione del concorso Fashion Game, rinnovato nell'immagine e nei contenuti, ha stavolta la sua anima nel riciclo creativo e nell'impegno di far brillare etica, bellezza e manualità. La Categoria Moda di Confartigianato Vicenza, promotrice del progetto realizzato col sostegno della Camera di Commercio, conferma dunque la volontà di investire sulle scuole superiori a indirizzo moda e artistico, con l'obiettivo di far crescere le competenze indispensabili per creare innovazione e garantire un futuro, favorendo le relazioni tra scuola e imprese artigianali.

Quest'anno dunque il tema è "Ecochic, il riciclo creativo", e lancia agli studenti la sfida a impegnarsi verso la sostenibilità e la tutela dell'ambiente seguendo un trend sempre più in crescita, quello appunto del dare una seconda vita agli abiti. "La sostenibilità inizia dal primo bozzetto - commenta la curatrice del progetto, Marcella Bellocchio – perché i materiali e i look che scegliamo tutti i giorni incidono sin dalle prime fasi sull'ambiente e sulle persone. Sono ancora troppi i tessuti che finiscono nelle discariche, anche se il 95% di essi potrebbe essere riciclato".

"Confartigianato Vicenza – conferma Stefano Stenta, presidente della Categoria Moda -, da attenta sostenitrice anche dei temi ambientali, ha deciso di coniugare moda e sostenibilità. È proprio grazie all'impegno di stilisti 'green' e delle aziende del settore che oggi la moda 'etica' è diventata a tutti gli effetti un'industria ad alta tecnologia e ad alta qualità, solcando le passerelle prêt-à-porter dove le lavorazioni artigianali si coniugano con l'innovazione sostenibile".

"Con le nostre scelte – continua Stenta - possiamo contribuire a diffondere la consapevolezza che una diversa concezione del fashion è possibile. Alle scuole, Istituti Professionali a indirizzo moda e Licei Artistici, chiediamo quindi di condividere tale idea. Agli studenti sarà chiesto di creare senza scendere a compromessi sul design, sulla qualità e soprattutto sulla sostenibilità ambientale, riprogettando un nuovo manufatto a loro scelta, utilizzando abiti o accessori del proprio armadio cui dare una seconda vita". Al concorso possono così partecipare gli studenti delle classi 3ª, 4ª e 5ª delle scuole a indirizzo moda e artistico della provincia di Vicenza aderendo entro il 31 ottobre.

Il "gioco" sarà a squadre composte da quattro elementi al massimo: ogni partecipante potrà ricreare il proprio capo personale da inserire nella collezione della sua squadra oppure, in alternativa, tutta la squadra lavorerà su un capo unico. Le équipe dovranno realizzare il lavoro seguendo ogni step previsto. Il primo prevede la partecipazione a un seminario sulle "analisi ragionate dei trend", alla fine ci sarà la presentazione di uno "storytelling" video o fotografico per raccontare e documentare l'evoluzione che il prodotto "reinventato" ha avuto. Entro il 31 marzo poi è prevista la relazione sulla visita effettuata in un impresa del settore, da cui dovrà emergere la storia aziendale, le competenze/professionalità utilizzate e necessarie. Si arriverà così alla fase di progettazione e quindi alla presentazione finale del lavoro realizzato, a una commissione di esperti, illustrando l'analisi che ha portato alle scelte di stile, materiali e design. Ed è qui che le squadre si giocheranno tutto, perché in questa edizione si punta molto sulla presentazione finale fatta dai ragazzi, che dovranno documentare la loro esperienza padroneggiando strategie comunicative appropriate attraverso immagini, musica, video o performance. La commissione valuterà la coerenza del progetto con il tema Ecochic, il grado di innovazione in termini di capacità tecnica e originalità del prodotto, la qualità degli elaborati presentati per ogni step. La cerimonia di premiazione è prevista per la fine di maggio 2016. Info: **www.fashiongame.it** ■



ASSEGNATI TRENTA "PREMI MARZOTTO"

40mila euro in borse di studio distribuite tra scuole elementari, medie e superiori vicentine, dalle quali sono giunti trecento lavori per concorso "Il Pianeta che vorrei. Nuovo cibo per il pianeta nuovo". Ed è già pronto il tema per l'edizione 2016: "La scuola che vorrei"

Sono stati proclamati al Teatro Olimpico di Vicenza i vincitori della quinta edizione del Premio Marzotto ("Il Pianeta che vorrei. Nuovo cibo per un pianeta nuovo") rivolto agli studenti vicentini. In palio, 27 borse di studio e tre premi speciali per un totale di 40mila euro, e in più una visita al Padiglione Italia all'Expo per la classe autrice del lavoro meglio rispondente, e in maniera concreta, al problema del nutrimento del Pianeta. Inoltre, un "racconto digitale" realizzato con gli elaborati dei partecipanti è stato proiettato a Palazzo Italia proprio a Expo Milano 2015.
Il concorso è ideato e promosso dall'Associazione Progetto Marzotto, che dal 2010 ha già distribuito 178.000 euro, vedendo la partecipazione di 2.783 progetti. Al concorso collaborano la Regione Veneto, l'Ufficio Scolastico Territoriale di Vicenza, la Prefettura, il Comune e la Centrale del Latte di Vicenza.
"Quest'anno – ha spiegato Matteo Marzotto, presidente di Associazione Progetto Marzotto nonché Ambassador di Expo Milano 2015 – abbiamo scelto di invitare i nostri giovani a una riflessione su alcune tematiche di massima importanza per il nostro presente e il loro futuro: vista l'occasione di Expo, che aveva come tema 'Nutrire il Pianeta, Energia per la Vita', abbiamo invitato gli studenti a riflettere sul Cibo, argomento più che mai attuale, sia quale nutrimento per l'uomo che per il pianeta". E, chiusa un'edizione, già si pensa alla prossima, che sarà dedicata a "La scuola che vorrei".
1.831 gli studenti coinvolti quest'anno: 1.103 delle primarie, 504 delle secondarie di primo grado e 224 delle secondarie di secondo grado. Dei 305 progetti presentati, 97 sono pervenuti dalla scuola primaria, 110 dalla secondaria di primo grado e 98 dalla secondaria di secondo grado. Il video (spot, cortometraggi, performace) si è rivelata la tipologia di elaborato più utilizzato, poi testi (temi, poesie, racconti, sceneggiature), file d'immagine (disegni, fotografie, dipinti, sculture, elaborati grafici) e audio (composizioni musicali, canzoni, letture). La media Marconi di Altavilla è risultata quella che ha presentato il maggior numero di progetti, Sandrigo il Comune che ha ricevuto il maggior numero di premi per le elementari, Camisano per le medie e Vicenza per le superiori.
Vediamo l'elenco delle borse di studio assegnate. Nove alle scuole primarie, di 750 euro ciascuna; due i lavori individuali: il video "Il Mondo che vorrei" di Adriazzaman Skinder (5^ C dello Zanella di Sandrigo) e l'elaborato immagini/testo "Programma pianeta, ovvero il piatto" di Ilaria Lovato (4^A dell'I.C. 1 Valdagno); sette invece i lavori di gruppo, che hanno visto Eliana Bellon capofila della

segue a pag. 42

 segue da pag. 41

classe 2^A dell'I. C. 1 di Vicenza (video "Mangia sano"), Sara Campesan capofila della classe 3^ dell'I. C. 3 di Bassano (video "Latte di gallina"), Emanuela Lievore capofila della classe 5^C della Bortolan di Vicenza (video "Cibo News"), Marzia Rossi capofila della classe 2^ della Pascoli di Marostica (video "La Terra è viva, viva la Terra"), Loredana Scuccato capofila delle classi 1^,2^,3^,4^,5^ dello Zanella di Sandrigo (video "Salvamondo"), Luisa Sirotti capofila delle classi 3^ A, 4^ A, 4^ B della Fusinato di Schio (video "Il pianeta che vorrei") e Chiara Tessarolo capofila della 4^D della Roncalli di Rosà (video "Occhi nuovi per il nostro cibo"). Allo Zanella di Sandrigo è andato il premio speciale di 5000 euro per avere il maggior numero di progetti tra i finalisti.

Altre nove borse di studio sono state assegnate alle scuole secondarie di primo grado, di 1000 euro ciascuna; tre i lavori individuali: l'elaborato (testo/immagine) "Cibo e Acqua per tutti" di Katia Chiomento, 1^C della Bellavitis di Bassano, l'elaborato (immagine) "Cibo buono cibo per tutti" di Laura Danieli, 1^A dell'I.C. di Camisano, l'elaborato audio "Il nostro pianeta" di Marianna Vidale, 1^D della Dalle Laste di Marostica; e poi sei lavori di gruppo, con Elisa Apolloni capofila delle classi 1^, 2^, 3^E dell'Anna Frank di Montecchio Maggiore (video "Chi ha rubato la mela cotogna"), Barbara Barban capofila della 2^B dell'I.C. 7 di Vicenza (video "Se non vi piace la fine, cambiate il presente"), Mariano Capitanio capofila della 2^C dell'I.C. di Camisano con l'elaborato (testo e immagine) "Un giallo verde a "Camisano", Alberto Carollo capofila della 2^ del Nodari di Lugo (video "Ripensare il cibo per custodire il mondo"), Mariarosaria Marchese capofila della 3^D della Maffei di Vicenza (video "fastfood-slowfood"), Tommaso Moro e Leonardo Prebianca capofila della 1^D della Leopardi di Montecchio Precalcino con l'elaborato (immagine) "Coltivazione a piani". Premio Speciale di 5000 euro all'I.C. di Camisano per aver avuto il maggior numero di progetti tra i finalisti.

Infine, nove borse di studio sono andate alle scuole secondarie di secondo grado e ai centri di formazione professionale, del valore di 1500 ciascuna. Quattro i lavori di gruppo, con Irene Cinel capofila delle classi 4^CS e 4^BS del Liceo Brocchi di Bassano (video "Refood"), Chiara Guerra capofila della 1^ES dello Scientifico Da Ponte di Bassano (video "Come un respiro"), Andrea La Prova capofila della 4DSC dello Scientifico Quadri di Vicenza (video "It depends on us"), Alessandro Sammartin capofila di un gruppo di classi del Boscardin di Vicenza (video "Io vivo adesso"). Premiati inoltre cinque lavori individuali: il video "Condividere" di Giovanni Cerisara, 3^IE dello Scientifico Tron di Schio, il testo "Per un futuro migliore" di Cinzia Cogliati, 3^A del Pigafetta di Vicenza, l'elaborato (immagine) "Raccolto abbondante" di Danica Tepkovic, 4^C del Boscardin di Vicenza, l'elaborato "Aspiratore di aria per conversione in acqua" di Sebastiano Bortoli, 2^ Engim Cfp di Vicenza, il testo "Un'alimentazione da favola" di Tobia Boscato, 1^ASE del Corradini di Thiene. Infine, Premio Speciale di 5000 euro al Boscardin di Vicenza per essersi aggiudicato il maggior numero di borse di studio. La visita al Padiglione Italia Expo se l'è aggiudicata la 1^ES dello Scientifico Da Ponte di Bassano, per il video "Come un respiro". ■





COSA FARÒ DA GRANDE? LO VEDO A "JOB&ORIENTA"

Dal 26 al 28 novembre torna in Fiera a Verona il salone dedicato all'orientamento, alla scuola, alla formazione e al lavoro, un appuntamento regionale sempre al passo con i cambiamenti sociali: tra le novità di quest'anno, l'area Future e il percorso trasversale Creativity Job

Ventesimaquinta edizione, da giovedì 26 a sabato 28 novembre in Fiera a Verona, di JOB&Orienta, il salone nazionale dell'orientamento, la scuola, la formazione e il lavoro, che ormai da oltre vent'anni accompagna e racconta l'evoluzione del sistema formativo italiano e non solo, stimolando il dibattito sui temi e, allo stesso tempo, valorizzando le esperienze eccellenti e le buone pratiche anche attraverso le voci dei diretti protagonisti.

Forte del grande successo del 2014 - che ha registrato oltre 65.000 visitatori e ha visto presenti nei padiglioni della fiera scaligera più di 500 espositori (enti e istituzioni, scuole, università e accademie, imprese, associazioni, agenzie di servizi per il lavoro, media di settore) -, JOB&Orienta si riconferma appuntamento importante per chi cerca momenti di aggiornamento e confronto sugli argomenti oggi di più calda attualità, come la riforma della scuola e i cambiamenti in atto nel mercato del lavoro; per le famiglie e i ragazzi, che hanno necessità di individuare e scegliere con consapevolezza il proprio percorso scolastico; infine, per i giovani in cerca di occupazione, con l'obiettivo di supportarli e fornire loro strumenti utili a una ricerca attiva e più efficace.

Due le aree tematiche della rassegna espositiva, articolate in sei percorsi contrassegnati ciascuno da un colore diverso, allo scopo di facilitare l'orientamento dei visitatori: la prima è riservata al mondo dell'istruzione e comprende i percorsi Educazione e Scuole (arancione), Tecnologie e Media (oro) e Lingue straniere e Turismo (verde); la seconda è dedicata all'università, la formazione e il lavoro, con i percorsi Formazione accademica (blu), Formazione professionale (argento), Lavoro e Alta formazione (rosso). Si inserisce in quest'ultimo la Saletta TopJOB, un apposito spazio per workshop, incontri con aziende e seminari che insegnano a stendere un curriculum e ad affrontare un colloquio di lavoro, come pure a individuare i canali più efficaci per cercare occupazione.

E per far conoscere le professioni "tech" e le numerose opportunità occupazionali connesse alle nuove tecnologie nasce quest'anno l'area JOB&Orienta Future, dove i giovani potranno incontrare direttamente le grandi aziende della tecnologia della comunicazione e dell'industria digitale. Altra novità CreativityJOB, il profilo - trasversale ai diversi percorsi- pensato per valorizzare le realtà presenti al salone che si occupano di formazione nei settori d'eccellenza in cui il Made in Italy esprime al meglio la propria creatività: moda, design e cibo.

Infine, con JOBInternational e JOBinGreen, anch'essi profili trasversali alla manifestazione, particolare evidenza è data rispettivamente alle opportunità di stage, studio e lavoro all'estero e quelle realtà che si occupano di sostenibilità ambientale, economica e sociale.

A caratterizzare JOB&Orienta, come sempre, anche un importante calendario culturale con numerosi convegni, dibattiti, tavole rotonde e seminari, che vedono la presenza di esperti e rappresentanti di spicco dei diversi ambiti, ma anche le testimonianze dirette di tanti giovani protagonisti. Sempre presenti, infine, laboratori interattivi e simulazioni, spettacoli e momenti di animazione, che mirano da un lato a valorizzare la creatività dei ragazzi e delle scuole, dall'altro a coinvolgere più attivamente i visitatori.

JOB&Orienta è promosso da VeronaFiere e Regione del Veneto, in collaborazione con Ministero dell'Istruzione, dell'Università e della Ricerca e Ministero del Lavoro e delle Politiche Sociali. La manifestazione è a ingresso libero. Per informazioni: **www.joborienta.info** ■



Prevenzione sociale. *Realizzato in Campo Marzo a Vicenza "CamminaMente", un tracciato di 900 metri che comprende nove targhe dove vengono indicati semplici esercizi da svolgere per tenere allenati il corpo e la mente*

UN PERCORSO-SALUTE CONTRO L'ALZHEIMER



L'Alzheimer è una malattia che fa paura perché ha l'effetto di una bomba tanto nella vita dell'ammalato che della sua famiglia, nella rete degli affetti e nelle relazioni sociali.

Per questo l'Anap, l'organismo dei Pensionati di Confartigianato Vicenza, da tempo è al fianco delle associazioni dei malati e dei familiari che quotidianamente s'impegnano a dar loro supporto e sostegno. In questo ottobre, proclamato Mese mondiale dell'Alzheimer, l'attenzione è tornata a rivolgersi anche alla prevenzione, con un evento pubblico realizzato dall'Anap in collaborazione con l'Assessorato alle Comunità e alle Famiglie del Comune di Vicenza e l'associazione Rindola, ovvero la realizzazione di un "percorso salute" in Campo Marzo. "In pratica





- spiegano Lino Bon e Giuliana Crestani, portavoce dell'Anap- si è studiato un camminamento di 900 metri punteggiato da nove targhette - che rimarranno stabili - dove sono riportati altrettanti esercizi per allenare il corpo e la mente nelle sue facoltà cognitive, progettati dall'associazione Rindola e cui ha collaborato anche l'architetto Aldo Cibic".

"Si tratta di un percorso pionieristico per il Veneto, che nasce dopo aver constatato la bontà di esperienze simili a Modena" - aggiunge Arianna Ferrari, presidente dell'Associazione Rindola, una realtà da sempre impegnata sul fronte dell'Alzheimer - . La prevenzione infatti è fondamentale anche per questo tipo di malattia che conta in Veneto 45mila pazienti (in Italia sono 500mila) e che vede progressivamente abbassarsi la soglia dei primi segnali. L'età media di molti pazienti è ora tra i 60 e i 65 anni: si tratta di persone ancora attive professionalmente ma che, consapevoli dell'importanza della prevenzione, non sottovalutano i primi segnali della malattia".

Tornando a "CamminaMente", questo il nome del percorso, è stato ufficialmente inaugurato l'altra settimana e lo hanno sperimentato, oltre all'assessore alle Comunità e alle Famiglie Isabella Sala, anche l'assessore alla Cura Urbana, Cristina Balbi, e il consigliere comunale delegato per Campo Marzo, Stefano Dal Pra Caputo.

"Il concetto di salute passa attraverso la cura del corpo, della mente e delle relazioni sociali e con l'ambiente, tutti elementi fondamentali che devono agire in equilibrio e interazione fra loro – ha sottolineato l'assessore Sala; un percorso quale quello di Campo Marzo va proprio nel senso dell'attenzione globale alla persona e può essere svolto in famiglia, con gruppi organizzati o singolarmente. È una iniziativa che valorizza in modo nuovo un'area verde storica del centro e che sarebbe molto bello potere riprodurre in altre zone della città". Sempre in occasione della presentazione del percorso, l'assessore non solo ha ringraziato Anap Confartigianato per l'iniziativa ma anche auspicato che altri ne seguano l'esempio, dando vita ad altri percorsi urbani.

"Il malato di Alzheimer e i suoi familiari spesso vivono una situazione di isolamento – puntualizza Arianna Ferrari- che non fa che aggravare la situazione. Uscire e socializzare stimola invece nel malato comportamenti adeguati e aiuta chi lo segue a poterne godere la compagnia e a mantenere vivi i rapporti con l'esterno. E questo avviene anche percorrendo il CamminaMente di Campo Marzo". ■

TEMA
di Tedesco Matteo





costruzione cilindri oleodinamici

Via S. Segato, 1 - 36030 MONTECCHIO PRECALCINO (VI) - Tel. **0445 334649** - fax: **0445 334367** - tema@temaoleodinamica.it
www.temaoleodinamica.it



Radio Vicenza è tutta nuova

Accendi la tua giornata con noi!

www.radiovicenza.com - #laradiocheparladite - **fm 100.3**

Le aziende artigiane venete interessate al passaggio generazionale dal 2012 al 2016 sono quasi 13.500. Una fase delicata, in cui il know-how di base dev'essere integrato coi moderni saperi e con la trasmissione dei valori sui cui, qui da noi, si fonda il binomio impresa-famiglia



DI **PADRE** IN **FIGLIO**

In Veneto il valore dell'artigianato si trasmette di padre in figlio. Secondo il dossier elaborato l'Ufficio studi nazionale di Confartigianato su dati Istat, nella nostra regione sono ben 13.366 le imprese a conduzione familiare (tra i 3 e i 9 addetti) interessate da un passaggio generazionale tra 2012 e 2016, ovvero il 18,6% delle imprese familiari totali nella regione (71.774, pari al 10,2%). Un valore che sale a 20.603 se si considera il periodo decennale 2006-2016.

Secondo in Italia – dopo la Lombardia - per numero di aziende a conduzione familiare attive, il Veneto è decimo nella classifica nazionale, con il 18,6% di microimprese interessate dal passaggio generazionale entro il 2016 (cioè 13.366 realtà). Un numero molto elevato in valore assoluto, che posiziona la nostra regione al secondo posto (anche in questo caso dietro alla Lombardia).

Emerge inoltre con forza l'accelerazione del fenomeno: i poco più di 7mila casi registrati tra il 2006 e il 2011 quasi raddoppieranno nei cinque anni successivi, arrivando a oltre 13mila. In un decennio, perciò, in Veneto un'azienda a conduzione familiare su tre (28,7%) sarà stata interessata da un passaggio generazionale.

"Fase delicata nella vita di un'impresa, il passaggio generazionale –commenta Luigi Curto, presidente di Confartigianato Veneto - è caratterizzato soprattutto da trasmissione di competenze, capitale umano e know-how, valori fondamentali nel settore artigiano e della microimpresa, ed è accompagnato da nuove opportunità di crescita per la struttura imprenditoriale, date dall'ingresso di risorse giovani, in molti casi più propense all'utilizzo delle nuove tecnologie e dell'innovazione".

Quello della trasmissione dei valori e delle competenze di generazione in generazione è un fenomeno che in Veneto prevale soprattutto nel comparto dell'edilizia: con un valore del 20,2%, la nostra regione registra la nona maggiore incidenza di microimprese del settore interessate al passaggio generazionale tra 2012 e 2016 (sono 1.922). Tale passaggio è leggermente meno incisivo nei settori del manifatturiero e dei servizi. Nel primo caso, il fenomeno riguarda il 18,9% delle piccole imprese regionali sul totale di 13.399 a conduzione familiare tra 2012 e 2016. Per quello che riguarda invece le attività dei servizi, le realtà venete coinvolte dal passaggio generazionale sono 8.680: in questo caso si tratta però solo del 18,1% del totale, dato che le microimprese a conduzione familiare di questo comparto sono 47.838.

"Questi numeri importanti – continua Curto – evidenziano sempre più la necessità, da parte del governo regionale, di porre in essere azioni di accompagnamento e assistenza, per non correre il rischio di disperdere un grande patrimonio di professionalità e aiutare le nuove generazioni o i dipendenti stessi a subentrare nell'impresa esistente. Quanto ai giovani che subentrano nella gestione di un'impresa, devono ricordarsi che oltre al profitto c'è soprattutto il rispetto delle regole, delle norme e delle procedure, in assenza delle quali l'azienda rischia il collasso".

Ma quanto vale la trasmissione del know-how, ovvero la formazione "on the job" ai neo assunti nelle imprese artigiane? Sempre secondo l'indagine dell'Ufficio Studi Confartigianato, in Veneto vale 138,1 milioni di euro, con un'incidenza dello 0,6% sul valore aggiunto. Si tratta del secondo investimento più consistente in Italia dopo quello fatto dalle imprese lombarde, e vale il 10,1% del miliardo e 371 milioni che le imprese artigiane italiane hanno investito nella formazione "sul campo" che comprende, all'interno dell'attività lavorativa, l'affiancamento del titolare, dei suoi collaboratori o dei dipendenti al nuovo assunto, al fine di trasferire conoscenze e sviluppare capacità utili per l'esercizio delle attività in azienda. "È proprio sullo sviluppo della dotazione del capitale umano delle imprese artigiane che si innescano i processi di trasmissione delle conoscenze – conclude il presidente di Confartigianato Veneto -, rendendo possibili i passaggi generazionale nelle imprese familiari attraverso i processi formativi in azienda". ■

NOVITÀ
12-13 DICEMBRE

in collaborazione con

Confartigianato VICENZA

MANDAMENTO DI BASSANO
MANDAMENTO DI MAROSTICA

SAB-DOM
9.00-19.00



le realtà del territorio in un'unica, grande
ESPOSIZIONE!

mostra ARTIGIANATO

presso
bassano expo
www.bassanoexpo.it

S.S. Rosà - Bassano del Grappa
0424 1903084 fax 0424 1903085
info@bassanoexpo.it

Con il patrocinio di

Comune di Borso del Grappa
Comune di Cartigliano
Comune di Molvena
Comune di Romano d'Ezzelino
Comune di San Zenone degli Ezzelini
Comune di Schiavon
Comune di Tezze sul Brenta

PER LE FAMIGLIE DI IMPRENDITORI, DIPENDENTI DELLE AZIENDE E PENSIONATI.

Confartigianato + AIM Energy = Risparmio²

RISPARMIA 100€ OGNI ANNO

DUE GRANDI ENERGIE, INSIEME PER DARE IL MEGLIO, CON UN'OFFERTA IMBATTIBILE PER LUCE E GAS DOMESTICI.

L'accordo tra Confartigianato Vicenza e AIM Energy per luce e gas di casa è un doppio risparmio per la tua famiglia.

Se hai un utilizzo di 1400 mc di gas e 2500 kWh di elettricità (pari al consumo del riscaldamento, del frigo e di altri elettrodomestici), il **risparmio** con Confartigianato Vicenza-AIM sarà di circa **100 € ogni anno** rispetto al mercato tutelato.
Se sei sul mercato libero il tuo risparmio può raddoppiare!

TARIFFE GAS	TUTELATO	SCONTATO
TRIMESTRI	€/mc	€/mc
GEN-MAR 2015	0,2876	0,2589
APR-GIU 2015	0,25784	0,232056
LUG-SET 2015	0,245552	0,220997
OTT-DIC 2015	0,239675	0,215708

TARIFFE EN. ELETTRICA		TUTELATO	SCONTATO
TRIMESTRI		€/kWh	€/kWh
GEN-MAR 2015	F1 F23	0,06731 0,06094	0,05721 0,05180
APR-GIU 2015	F1 F23	0,06420 0,05793	0,05457 0,04924
LUG-SET 2015	F1 F23	0,06411 0,05850	0,05449 0,04973
OTT-DIC 2015	F1 F23	0,06730 0,06186	0,05721 0,05258

Accordo per le famiglie. Anni 2014 - 2015 - 2016

Gli sconti in percentuale sono applicati per l'energia elettrica sulla componente PE "prezzo energia" e per il gas sulla componente CMEM "componente a copertura dei costi di approvvigionamento del gas naturale nei mercati all'ingrosso" definiti dall'Autorità per l'Energia.

15%

È lo sconto sul prezzo dell'energia elettrica definito dall'autorità.
E la riduzione è applicata a tutte le fasce orarie.
Il tuo risparmio dura tutto il giorno!

10%

È lo sconto anche sul prezzo del gas.
E la riduzione è calcolata direttamente sul costo della materia prima definito dall'Autorità.
Il tuo risparmio è reale!

5€

È lo sconto su ogni autolettura del gas.
E se effettui l'autolettura l'ultimo giorno di un mese pari (febbraio, aprile, giugno, agosto, ottobre e dicembre), in bolletta troverai solo il costo del tuo consumo effettivo.
Il tuo risparmio lo vedi subito!

FAIV - Ottobre 2015

Per maggiori informazioni rivolgiti alle sedi di Confartigianato Vicenza
0444.168402 - 408 - 484 - 371 | risparmioenergia@confartigianatovicenza.it
www.confartigianatovicenza.it/servizi/risparmio-energia

Confartigianato VICENZA

aim energy

impresa famiglia
Confartigianato

PROMOSSA DA
Confartigianato VICENZA

SCUOLA PER GENITORI

12ª EDIZIONE

I.P.

Morello | Macente | Lucangeli | Parsi | Mazzi

CICLO DI CONFERENZE SULLA GENITORIALITÀ

SERATA DI APERTURA DEDICATA ALL'ORIENTAMENTO

solo per questo incontro ingresso libero previa iscrizione on line su www.scuolagenitori.it

Giovedì 26 NOVEMBRE 2015, ore 20.30
Centro Congressi Confartigianato Vicenza - Via Enrico Fermi, 201 (Vicenza)

IL MONDO DEL LAVORO PER I NOSTRI FIGLI
Focus sulle professioni e informazioni utili sui contesti occupazionali

A cura di:

REFERENTI ASSOCIAZIONI IMPRENDITORIALI
Confartigianato, Confcommercio, Confindustria, Apindustria, Federmanager

ORDINI PROFESSIONALI
Ordine dei Dottori Commercialisti e degli Esperti Contabili, degli Avvocati e dei Consulenti del Lavoro

AGENZIE PER IL LAVORO
Randstad, Adecco, Manpower, Umana, GiGroup

ORGANISMI LOCALI E TERRITORIALI
Cercando il Lavoro, Informagiovani, RTS, in collaborazione con la rete scolastica Orienta-Insieme di Vicenza

GIORGIO CORÀ
Dirigente Ufficio Scolastico Regionale per il Veneto
Ufficio VIII Ambito Territoriale di Vicenza

CALENDARIO SCUOLA PER GENITORI 2015/2016 Per info e quote di adesione **www.scuolagenitori.it**

RELATORE	TEMA / SEDE: VICENZA - Centro Congressi Confartigianato, Via E. Fermi 201 - ore 20.30	DATE
ROBERTO MORELLO (Bimbi in Rete)	*I nostri figli nel mondo di internet: siamo guide o spettatori impotenti?*	ven 04/12/2015
ANITA MACENTE (Bimbi in Rete)	*Subculture giovanili e internet. Il linguaggio della nuova generazione.*	ven 11/12/2015
DANIELA LUCANGELI	*La warm cognition e i cortocircuiti emozionali: il ruolo delle emozioni nell'apprendimento.*	mer 13/01/2016
MARIA RITA PARSI	*Il mondo che cambia. Le nuove famiglie.*	ven 19/02/2016
DON ANTONIO MAZZI	*Pensarci dopo è troppo tardi. Le dipendenze della nuova generazione.*	gio 10/03/2016

MIUR - Ministero dell'Istruzione, dell'Università e della Ricerca
USRV Ufficio Scolastico Regionale per il Veneto
Ufficio VIII - Ambito Territoriale di VICENZA

PATROCINIO REGIONE DEL VENETO

Veneto le famiglie e il loro tempo

COMUNE DI VICENZA

artigianfidi VICENZA

IL GIORNALE DI VICENZA

ITAS ASSICURAZIONI