



Poste Italiane Spa Spedizione in abbonamento postale D.L. 353/2003 (conv. in L. 27/02/2004 n.46) art.1 comma 1 - CN/RA - 1,50 €

# MAKING

Industria Romagna



CONFINDUSTRIA  
ROMAGNA



I PROGETTI DEL 2020  
DELLA ROMAGNA UNITA





Un bicchiere  
d'acqua  
in più,  
un pensiero  
in meno

Water Time  
è la prima azienda italiana  
a proporre sul mercato  
il **boccione a rendere** da **18,9 litri**.  
Lo ritiriamo al termine dell'uso,  
lo sanifichiamo  
e lo restituiamo pieno di  
purissima acqua di sorgente!

**Abbi cura di te,  
rispetta l'ambiente.**

**WATER TIME**  
ISOLE D'ACQUA

water-time.it



# MAKING

## Industria Romagna



La fine di questo 2019 vede finalmente realizzati progetti a cui abbiamo dedicato tempo, energie e passione: la fusione con gli amici e colleghi di Forlì-Cesena e l'avvio di un percorso condiviso per arrivare a una Città Romagna attraente, autorevole e all'avanguardia. Un progetto che era una bella idea fino a qualche mese fa, e ora ha un suo manifesto e tavoli di lavoro su temi concreti. Il 2020 vedrà la nostra famiglia allargata muoversi in un contesto in evoluzione, a partire dal rinnovo del governo della regione: noi continueremo a fare il nostro lavoro con lo spirito che ci ha sempre contraddistinto, continueremo a far sentire la nostra voce che da oggi è più forte, ma sarà sempre garbata. Con questo anno si chiude un capitolo importante, e siamo pronti ad aprirne uno nuovo da protagonisti, con entusiasmo e grinta. Auguri!

**Paolo Maggioli**  
**Presidente Confindustria Romagna**

**Il futuro appartiene a coloro  
che credono nella bellezza  
dei propri sogni.**

(Eleanor Roosevelt)



2019 • 2020

**Auguri di Buone Feste e di  
un fantastico Anno Nuovo**



# INDICE



**Direttore responsabile**  
Carlo Serafini

## Comitato di Redazione

Marco Chimenti, Franco Raffi, Carlo Serafini



## Coordinamento testi

Federica Vandini  
Roberta Silverio

## Iscrizione

n. 1418 del 04/05/2015 nel Registro  
della Stampa del Tribunale di Ravenna

## Editore

Edit Italia Srl - P.zza Bernini, 6 - 48124 Ravenna  
Tel. 0544-511311

## Proprietario

Confindustria Romagna

## Immagini

Archivio editoriale, fotografi vari,  
acquistate su [www.shutterstock.com](http://www.shutterstock.com)

## Stampa

Ra PI 02464670393

## Diffusione

Poste Italiane Spa Spedizione in abbonamento postale D.L. 353/2003  
(conv. in L. 27/02/2004 n.46) art.1 comma 1 - CN/RA - 1,50 €

## Concessionaria esclusiva per la pubblicità



Publimedia Italia srl  
P.zza Bernini, 6 - 48124 Ravenna  
Tel. 0544-511311 - [info@publimediaitalia.com](mailto:info@publimediaitalia.com)  
[www.publimediaitalia.com](http://www.publimediaitalia.com)

- 07** IL 48ESIMO PREMIO GUIDARELLO  
TRA DANTE E FELLINI
- 14** APPROVATA LA FUSIONE  
CON FORLÌ-CESENA
- 16** UN TG SATIRICO PER  
RACCONTARE L'IMPRESA
- 18** LA NUOVA MAPPA DEL WELFARE  
AZIENDALE IN ROMAGNA  
*di Francesco Maria Barbini*
- 21** IL MOLTIPLICATORE MANIFATTURIERO  
DELLA ROMAGNA  
*di Franco Mosconi*
- 24** FONDAZIONE FLAMINIA,  
BILANCIO SOCIALE 1898-2018
- 28** LE NUOVE OPPORTUNITA'  
DEL LIBERO SCAMBIO AFRICANO  
*di Francesco Gastaldon*
- 30** L'IGNORANTEZZA\* DEL CATALOGO  
*di Laura Cimino*
- 35** AZIENDE  
COSTA EDUTAINMENT  
SCM GROUP  
RANDSTAD ITALIA  
ECOL PRESS



*L'esperienza  
di ieri per  
i tuoi spazi  
di domani*

# Tecnologia Ambiente Affidabilità

SETTORE RESIDENZIALE / INDUSTRIALE / MEDICALE

Idro-sanitari  
Riscaldamento  
Condizionamento  
Energie rinnovabili  
Impianti a biogas e biomassa  
Ricambio e trattamento aria  
Automazione  
Adduzione Gas Metano  
Antincendio



**Tesco s.r.l.**  
Via G. Ferraris, 1  
48123 Ravenna  
Tel +39 0544 456536  
tesco@tescoimpianti.it  
www.tescoimpianti.it

# IL 48ESIMO PREMIO GUIDARELLO TRA DANTE E FELLINI



È stata dedicata al genio di Dante Alighieri e di Federico Fellini, protagonisti degli eventi celebrativi del 2020 e 2021, la 48esima edizione del Premio Guidarello, in un Teatro Alighieri gremito. Una sorta di anteprima delle tante iniziative che avvicineranno la

Romagna al centenario della nascita del regista riminese, in programma il prossimo anno, e al settimo centenario della morte del Sommo Poeta nel 2021, "due appuntamenti storici per la Romagna", come li ha definiti il presidente Paolo Maggioli.

In apertura, un'intervista esclusiva al regista Pupi Avati sul film che si appresta a girare sulla vita del Sommo Poeta, e la lettura del canto XXXIII dell'*Inferno* recitato dall'attrice ravennate Ermanna Montanari che, con il regista Marco Martinelli, sta portando in scena *Paradiso, Purgatorio e Inferno*.

Sul palco, il presidente della giuria nazionale Bruno Vespa ha intervistato i premiati di questa edizione: al giornalista e scrittore **Ferruccio de Bortoli**, presidente della casa editrice Longanesi e già direttore del *Corriere della Sera* e del *Sole24Ore*, è andato il Guidarello ad honorem della XLVIII edizione del premio per il giornalismo d'autore organizzato da Confindustria Romagna, quale testimone privilegiato ed estremamente qualificato dei profondi cambiamenti che caratterizzano la comunicazione pubblica nei nostri tempi.

Per il giornalismo nazionale, la sezione società ha premiato la cronista **Agnese Pini**, che da agosto guida *La Nazione*, prima donna direttore a un secolo da quella precedente, Matilde Serao. Nella sezione cultura il riconoscimento è stato attribuito ad **Antonio Polito**, vicedirettore del *Corriere della Sera*, per la raffinatezza delle sue analisi che cercano di scuotere il mondo politico dalla confusione in cui è spesso impigliato. Per la sezione radio/televisione il premio è andato **Franco Di Mare**, vicedirettore del TG1, che è stato corrispondente di guerra nelle aree più calde del mondo intervistando personalità della politica e della cultura da Blair a Peres, da Chirac ad Arafat, fino ad Amos Oz e Jorge Amado, unendo alla qualità dei suoi reportage televisivi il brio e la capacità di analisi del conduttore televisivo

# GRUPPO CONSAR: IL TRASPORTO HA PRESO NUOVE STRADE

Un gruppo di uomini che ha condiviso l'innovazione nel mondo del trasporto facendone una professione.



movimento terra e demolizioni  
trasporto liquidi alimentari e liquidi chimici  
movimentazione container  
trasporti speciali e sollevamento  
logistica, magazzini, distribuzione industriale  
trasporto merci rinfuse, piccola distribuzione  
servizi ambientali, spurghi civili e industriali



Certificato di Eccellenza N°147



CERTQUALITY  
è membro  
della Federazione CISO



400

imprenditori del trasporto



+800

automezzi e mezzi meccanici



1.200

uomini



9

sedi operative



43.000

mq. magazzini logistici



CONSAR scc  
48124 RAVENNA  
VIA VICOLI 39  
T. +39 0544 469111



Per il giornalismo Romagna i riconoscimenti della giuria presieduta da Roberto Balzani sono andati a **Roberto Gagnor** (oggetto e sceneggiatura) e **Giampaolo Soldati** (disegni) nella sezione società per l'episodio Pico di Bisanzio e il mosaico barbaro in "Topolino" n. 3301, che valorizza la città presso un pubblico di giovani e appassionati desueto rispetto ai canali di comunicazione abituali, ma efficace e intrigante proprio per la capacità di saldare la memoria urbana a una dimensione favolistica ed ironica, tipica di un genere e di una generazione di norma disancorate dalle immagini più paludate della pubblicistica storico-artistica e accademica;

Nella sezione cultura a **Fiorenzo Landi** per il saggio Paolo Fabbri storico sul numero XXV di "Ravenna studi e ricerche" che tratteggia la figura e l'opera del geografo recentemente scomparso, intellettuale a tutto tondo con lo sguardo sempre rivolto al territorio del quale denunciava, senza timori, difetti e manchevolezze. e nella sezione audiovisiva a **Francesca Fialdini** e **Angela Rafanelli** per il programma "In viaggio con lei: Rimini" trasmesso su RAI3, che guida con leggerezza attraverso luoghi, personaggi, miti, che hanno contribuito a creare, modificare, rinnovare l'immagine della Riviera romagnola nelle sue diverse anime e stagioni. Si trova così l'originaria vocazione della spiaggia, animata da fedeli famiglie, quella successiva e più trasgressiva della vita notturna e del divertimento, e quella del patrimonio culturale, qui esemplificata dall'eredità felliniana e dal borgo marinaro San Giuliano. Un racconto che introduce così nelle ragioni dell'attrattiva di Rimini, in un contesto turistico internazionale sempre più complesso e concorrenziale.

Infine, il premio Guidarello Turismo attribuito dalla giuria guidata dal presidente di Federturismo, Gianfranco Battisti, è stato attribuito

al comico **Paolo Cevoli** la web serie 'Romagnoli dop', progetto realizzato con la Regione Emilia-Romagna e Visit Romagna per valorizzare non solo il territorio, ma tutta la sua gente e il suo spirito di accoglienza e ospitalità unici, che hanno fatto il successo del turismo in Romagna. In 13 puntate e 200 testimonianze, viene raccontata in modo autoironico e scanzonato la romagnolità in tutte le sue sfaccettature, restituendo un ritratto genuino e accurato del carattere di una comunità fortemente legata alla propria identità e altrettanto aperta alle contaminazioni.

Come ogni anno, è salita sul palco anche la classe vincitrice del XIII

Guidarello Giovani (v. box)

Il Premio Guidarello gode del patrocinio del Ministero per i Beni e le attività culturali, della Provincia di Ravenna, con la compartecipazione dell'assessorato alla Cultura del Comune di Ravenna, è realizzato con il contributo della Camera di Commercio di Ravenna, in partnership con Eni, con il sostegno Fondazione Cassa di Risparmio di Ravenna e grazie a BPER Banca e Intesa Sanpaolo.

Nella pagina precedete:

In alto: Ermanna Montanari recita Dante  
Sotto: il Presidente della Camera di Commercio di Ravenna Giorgio Guberti con il Presidente Maggioli

In questa pagina: una tavola dell'episodio di Topolino premiato





***Edizione di  
avvicinamento  
alle celebrazioni per  
il centenario  
della nascita del regista  
riminese e per  
il settimo centenario  
della morte  
del Sommo Poeta***





**Da Topolino  
a "Romagnoli dop", sul  
palco gli autori  
di lavori sulla Romagna  
accanto alle grandi firme  
giornalistiche**



In alto, da sinistra:

- Andrea Corsini premia Paolo Cevoli;
- Domenico Noviello premia Agnese Pini;
- Ernesto Giuseppe Alfieri premia Franco Di Mare;

Foto centrale: premiati

In basso, da sinistra:

- Franco Gabici premia Francesca Fialdini;
- Giuliano Lugli premia Giampaolo Soldati e Roberto Gagnor;
- gli studenti del polo professionale di Lugo premiati da Giorgio Guberti;





***In apertura intervista  
esclusiva al regista  
Pupi Avati e l'esibizione  
degli attori ravennati  
Martinelli e Montanari,  
anime del Teatro delle Albe***





In alto, da sinistra:  
- Paolo Maggioli premia Ferruccio de Bortoli;  
- Roberto Omenetti premia Fiorenzo Landi;  
- Tomaso Tarozzi premia Antonio Polito;

Foto centrale: premiati sul palco

In basso, da sinistra:  
- de Bortoli e De Pascale  
- Gabici, Bolognesi, Fialdini e Piolanti



# APPROVATA LA FUSIONE CON FORLÌ-CESENA

ASSEMBLEA STRAORDINARIA PER IL VIA LIBERA ALLA ROMAGNA UNITA



I consigli di Confindustria Romagna e Forlì-Cesena hanno approvato la proposta di progetto di fusione da portare all'approvazione delle rispettive assemblee, che si riuniranno il 18 dicembre alla fiera di Cesena.

Si avvia quindi a conclusione il percorso avviato il 28 ottobre 2014 dalle assemblee delle tre territoriali romagnole di Confindustria, che aveva trovato un'importante tappa intermedia con la nascita di Confindustria Romagna attraverso la fusione tra Ravenna e Rimini il 1° ottobre 2016.

Con l'approvazione del progetto da parte delle assemblee, l'ingresso di Confindustria Forlì-Cesena in Confindustria Romagna avrà effetto dal 1° gennaio 2020: si aprirà poi una

fase transitoria che si concluderà con l'assemblea del 2021.

In questa fase, Paolo Maggioli resterà alla presidenza, mentre Andrea Maremonti assumerà la carica di vicepresidente di Confindustria Romagna insieme agli altri vicepresidenti elettivi in carica nelle due Associazioni al momento della fusione. Il Consiglio Generale transitorio sarà composto dalla somma dei due Consigli in carica al momento della fusione.

L'assemblea generale del 2021 provvederà poi all'elezione del nuovo Presidente secondo le regole statutarie definite. La direzione generale di Confindustria Romagna rimane affidata a Marco Chimenti.

“Siamo felici di raccogliere finalmente i risultati del lavoro

iniziato anni fa e già intravisti con le tante collaborazioni tra le nostre realtà, a partire dal progetto Città Romagna fino a iniziative come Romagna Business Matching, Excelsa Romagna Award e Fattore R, solo per citarne alcune – spiegano Maggioli e Maremonti – abbiamo sempre ribadito la necessità di una Romagna più forte, competitiva e attrattiva, e ci è sembrato logico e naturale completare questo nostro percorso per dare una voce unica a un tessuto economico che ha ancora tante potenzialità da esprimere ed eccellenze da valorizzare in ogni settore, da quello industriale a quello turistico. La forza del territorio, il suo patrimonio culturale e sociale, i suoi saperi industriali, una rete infrastrutturale: questa, a nostro parere, è la ricetta dello sviluppo,

che insieme porteremo avanti in modo ancora più solido e convinto".  
"Questo felice traguardo è merito di una paziente e cocciuta volontà di raggiungere l'obiettivo. È stata una volontà espressa nel tempo da tante persone, per cercare di realizzare vantaggi e sinergie per i nostri associati – aggiunge il presidente fondatore di Confindustria Romagna, Guido Ottolenghi - Grazie alla somma degli entusiasmi individuali, delle energie profuse, degli ostacoli superati, oggi si realizza finalmente una piena ed efficace condivisione dello sforzo associativo tra imprenditori che da sempre hanno in comune idee, aspirazioni e un territorio storicamente omogeneo come la Romagna".

Nella pagina precedente:  
Le piazze di Forlì e di Cesena

Dall'alto:  
- Paolo Maggioli e Andrea Maremonti  
- La sede di Forlì



# UN TG SATIRICO PER RACCONTARE L'IMPRESA

*UN VIDEO SULL'AZIENDA SMURFIT KAPPA DI MASSA LOMBARDA HA VINTO IL 13ESIMO GUIDARELLO GIOVANI*



assoluto, realizzato dalla classe IV AAFM visitando l'azienda Smurfit Kappa di Massa Lombarda, leader nella realizzazione di imballaggi in cartone ondulato.

La giuria presieduta da Stefano Gismondi ha così motivato la propria scelta: La trattazione efficace, grazie all'escamotage del TG satirico, permette di approfondire la conoscenza dell'importante realtà economica visitata. Il divertente servizio televisivo è arricchito, attraverso le interviste a student-attori, che impersonando i vertici aziendali approfondiscono la conoscenza della storia e dei progetti dell'azienda. Da segnalare, oltre alla capacità interpretativa, l'apprezzato lavoro di montaggio video, con l'inserimento di più contributi in overlay che, affiancandosi alle parole dei protagonisti, trattano in maniera esauriente il tema. Un lavoro coinvolgente e brillante,

Il polo professionale di Lugo ha vinto la 13esima edizione del Premio Guidarello Giovani aggiudicandosi

il premio per l'elaborato in formato digitale del valore di tremila euro, più mille euro per il miglior elaborato



arricchito dalla capacità di analizzare e sintetizzare in parole e immagini il mondo dell'azienda".

L'iniziativa ha coinvolto 450 studenti degli istituti superiori delle province Ravenna e Rimini, che hanno visitato una ventina di aziende del territorio per realizzare gli elaborati.

Il premio per il formato testuale, del valore di quattromila euro, è andato alla classe IV S dell'istituto statale "Tonino Guerra" di Novafeltria, che ha visitato l'azienda Airimum2014, gestore dell'aeroporto "Fellini" di Rimini, mentre il premio speciale sostenibilità di impresa (duemila euro) messo a disposizione da Saracirone Group società benefit e da Curti Costruzioni Meccaniche è andato alla IV A SIA dell'ITC Ginanni di Ravenna, con un video sull'impegno del Gruppo



Bucci di Faenza.

La premiazione si è svolta come di consueto al Palazzo dei Congressi di Ravenna: dopo i saluti del vicepresidente di Confindustria Romagna con delega all'education, Tomaso Tarozzi sono intervenuti il vicesindaco di Ravenna Eugenio Fusignani, Maria Cristina Venturelli in rappresentanza della Camera di Commercio, ente copromotore dell'iniziativa, e l'Ufficio scolastico provinciale. Gli studenti hanno poi dialogato con il giovane imprenditore Andrea Roberto Bifulco, fondatore e direttore di Startup Grind dopo un'esperienza in Google, dove ha seguito il progetto del Google Glass che ha fatto provare ai ragazzi.

I vincitori sono saliti sul palco del Teatro Alighieri in occasione del 48esimo Premio Guidarello. Il Guidarello Giovani, realizzato con il sostegno della Camera di Commercio di Ravenna, fa parte dell'Orienta giovani, ciclo di eventi e manifestazioni dedicati da Confindustria al mondo scolastico e giovanile, e rientra nel PMI day, la giornata nazionale della piccola e media impresa.

Nella pagina precedente dall'alto:

- La prova dei Google Glass con Andrea Roberto Bifulco

- Platea guidarello giovani

In questa pagina, a partire dall'alto:

- Premio assoluto e formato digitale - polo professionale Lugo

- Premio speciale sostenibilità - ist. 'Ginanni' Ravenna

- Premio testuale - ist. 'Tonino Guerra' Nova Feltria

# LA NUOVA MAPPA DEL WELFARE AZIENDALE IN ROMAGNA



Sono stati presentati i principali risultati dell'Indagine 2019 sul welfare aziendale, primo risultato della ricerca sviluppata nell'ambito dell'accordo del

Centro studi di Confindustria Romagna con il Dipartimento di Scienze Aziendali dell'Università di Bologna con sede a Rimini, tramite il finanziamento di un assegno di ricerca biennale al dipartimento per il progetto "Capitale umano e welfare aziendale nel sistema industriale e dei servizi in Romagna: cambiamenti in atto e prospettive di sviluppo", a cui ha contribuito anche Uni.Rimini. Questa ricerca nasce per dare continuità alla prima indagine sul welfare aziendale che era stata svolta nel 2017. Alla ricerca del 2019 si è aggiunta Confindustria Forlì-Cesena.

Il gruppo di ricerca del Dipartimento

di Scienze Aziendali, coordinato dalla professoressa Paola Giuri, e composto dal Prof. Francesco Barbini e dal dott. Renato Medei, ha raccolto dati da un campione di 195 imprese operanti nelle province di Forlì-Cesena, Ravenna e Rimini, evidenziando caratteristiche e trend nell'applicazione di strumenti di welfare aziendale.

Dalla ricerca emerge che il 41,5% delle imprese ha già implementato internamente piani di welfare aziendale (era il 34,9% nella precedente indagine del 2017) e che un ulteriore 35% prevede di avviarli nel breve-medio termine.

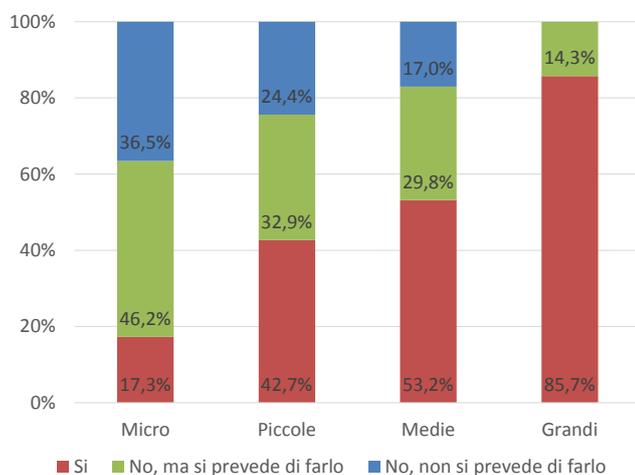
Le imprese romagnole propongono tipicamente ai loro dipendenti servizi di sostegno economico (in particolare, il bonus carburante è presente nel 92,6% dei piani di welfare analizzati), di formazione (professionale nel 74,1% dei casi e linguistica nel 54,3%), e di conciliazione vita-lavoro (in particolare, interventi a favore della flessibilità degli orari sono attuati dal 71,8% delle imprese). Molto diffusi sono anche gli interventi diretti a favorire la

sanità e la previdenza integrative (rispettivamente, 54,3% e 51,9%). Quanto ai servizi meno presenti, si rilevano basse percentuali di adozione di servizi di baby-sitting (2,5%), maggiordomo aziendale (3,7%), asilo nido aziendale (6,2%): evidentemente, si tratta di servizi la cui predisposizione implica investimenti non indifferenti, tali da renderli appannaggio quasi esclusivo di imprese di dimensione più grande. In media, i piani di welfare offerti dalle imprese ai propri dipendenti sono composti da un numero di servizi che va dagli 11 delle micro ai 15 delle grandi, con un massimo di 18 offerto dalle medie imprese.

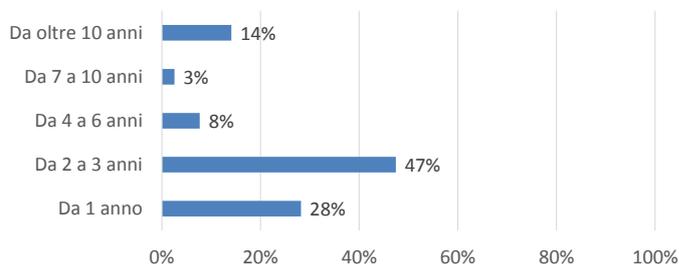
I dati dimostrano inoltre come l'adozione dei piani di welfare cresca all'aumentare della dimensione aziendale: si va da un tasso di adozione dell'85,7% nelle grandi imprese al 17,3% nelle micro, mentre le piccole e le medie segnano rispettivamente 42,7% e 53,2%. Risultano tuttavia incoraggianti i dati prospettici, con il 46,2% delle micro e il 32,9% delle pic-

## L'adozione dei piani di welfare aziendale

Applicazione dei piani di welfare aziendale in base alle dimensioni



Adozione dei piani di welfare aziendale in base agli anni



### L'adozione dei piani aumenta con la dimensione aziendale

Solo il 17,3% delle micro imprese adotta un piano di welfare aziendale ma il 46,2% intende svilupparlo

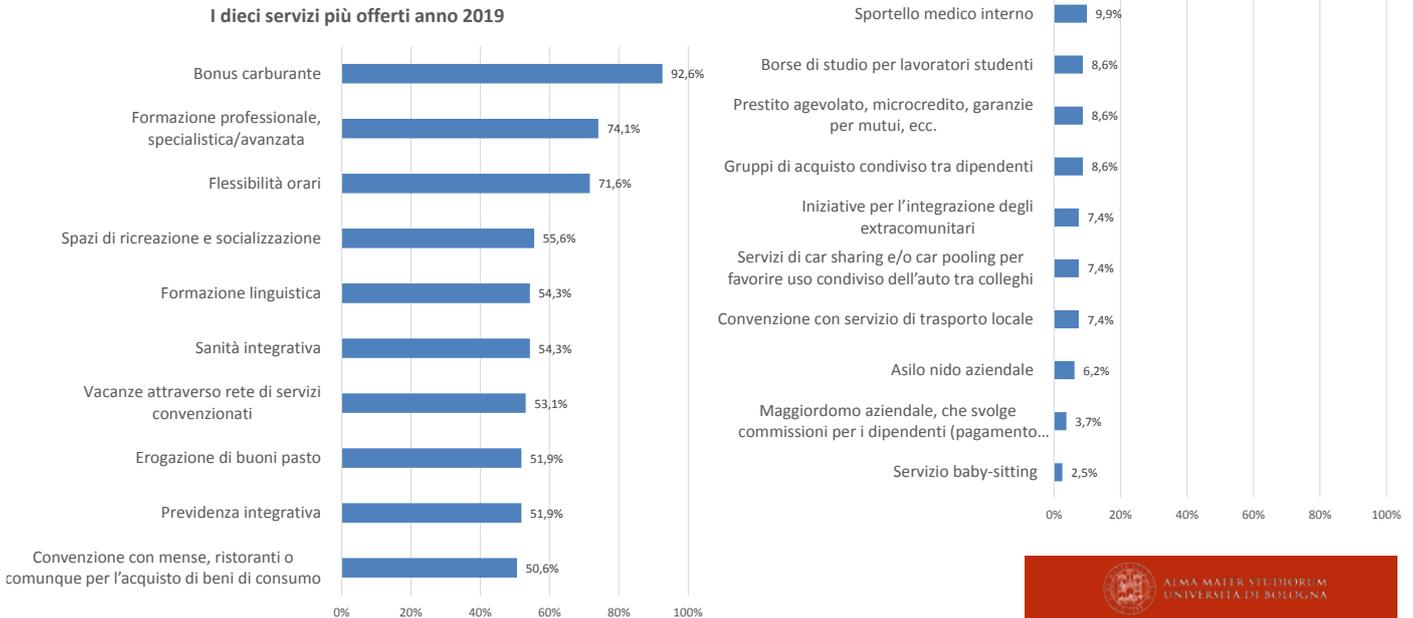
IL 75% delle aziende hanno avviato piani di welfare aziendale negli ultimi tre anni.



ALMA MATER STUDIORUM  
UNIVERSITÀ DI BOLOGNA

## Composizione dei piani di welfare aziendale

I 10 servizi meno presenti nei piani anno 2019



cole che prevedono di avviare piani di welfare aziendale nel breve-medio termine.

E' interessante notare come il favor legis fiscale abbia stimolato l'adozione diffusa di piani di welfare aziendale: il 75% delle imprese ha infatti avviato iniziative negli ultimi tre anni, cioè successivamente agli interventi sull'art. 51 del TUIR operati con la legge di stabilità 2016.

Confrontando comportamenti e risultati delle imprese che hanno adottato piani di welfare negli ultimi tre anni con quelli di imprese aventi una storia di welfare aziendale più consolidata, emergono delle differenze interessanti. Con riferimento ai costi dei piani di welfare aziendale, la maggioranza (56%) delle imprese con una storia più consolidata dichiara di sostenere costi rilevanti mentre i tre quarti delle imprese che hanno iniziato negli ultimi tre anni dichiarano di sostenere costi limitati o comunque compensati dai benefici fiscali.

I maggiori investimenti effettuati sembrano premiare le imprese che da più tempo implementano piani di welfare. Ciò è vero in particolar modo con riferimento ai tassi di turnover dei dipendenti, rispetto ai quali le imprese con maggiore esperienza dimostrano dati significativamente migliori.

In generale, l'investimento in welfa-

re aziendale genera effetti positivi, anche se di magnitudine variabile, in termini di aumento della soddisfazione dei lavoratori, incremento della produttività del lavoro e fidelizzazione dei dipendenti. Fra gli impatti positivi individuati dai rispondenti, risulta rilevante anche il supporto allo sviluppo di una società migliore, più orientata alla persona.

I maggiori ostacoli riscontrati dalle imprese che hanno adottato piani di welfare sono relativi all'identificazione dei bisogni reali dei dipendenti (22,2%) e quindi al limitato tasso di conversione dei premi di produzione in servizi di welfare aziendale (19,4%). Anche i costi economici e organizzativi vengono citati come elementi di ostacolo nel 19,4% dei casi. Un ulteriore ostacolo citato dai rispondenti (18,5%) riguarda l'apparente disinteresse mostrato dai dipendenti verso i piani di welfare aziendale: si tratta di una criticità nota, che può essere facilmente collegata al problema della identificazione dei reali bisogni dei dipendenti. Tuttavia, le origini più profonde di tale scarso interesse, malgrado l'indubbio beneficio economico, possono essere ricondotte alla strategia globale di gestione delle persone all'interno della quale le politiche di welfare aziendale vengono implementate.

Se è vero infatti che sempre più im-

prese negli ultimi tre anni stanno proponendo piani di welfare ai propri dipendenti, occorre distinguere fra le applicazioni estemporanee e basate su opportunità di risparmio fiscale da quelle inserite in specifiche strategie dirette al miglioramento del benessere dei dipendenti.

Di conseguenza, la sfida per le imprese, specie per quelle che più recentemente hanno intrapreso iniziative di welfare aziendale, consiste nello sviluppare strategie orientate alla promozione del benessere dei dipendenti nelle quali i servizi di welfare aziendali siano integrati in modo coerente con le esigenze dei propri dipendenti, in modo da poter migliorare il clima e la reputazione aziendale e quindi generare concreti impatti sulla performance complessiva.

In questo senso, risulta incoraggiante il dato relativo all'intenzione di ampliare il paniere dei servizi offerti: il 60% delle imprese che già hanno un piano di welfare prevede di svilupparlo e ampliarlo in futuro.

**Francesco Maria Barbini**  
Dip. Scienze Aziendali UNIBO  
sede di Rimini

**Eni**  
vuole  
trasformare  
il moto ondoso  
in energia  
elettrica

**Silvia**  
è sempre  
attenta a non  
sprecare  
acqua

**Eni + Silvia  
è meglio di Eni.**

INSIEME ABBIAMO UN'ALTRA ENERGIA



# IL MOLTIPLICATORE MANIFATTURIERO DELLA ROMAGNA

## INVESTIMENTI IN CONOSCENZA E DIMENSIONE DEI DISTRETTI DECISIVI PER LA COMPETITIVITÀ E LA CRESCITA DELLA REGIONE



L'espressione "locomotiva Emilia-Romagna" è, da alcuni anni, entrata con forza nel dibattito pubblico del

Paese: i dati sulla crescita del Pil, dell'export, dell'occupazione collocano, infatti, la nostra regione – in buona compagnia di Milano, della Lombardia tutta e del Veneto – nel ristretto novero di chi svolge un ruolo di traino per tutta l'economia italiana.

La congiuntura, in verità, segnala un rallentamento in questo 2019 (la previsione Prometeia-Unioncamere per l'Emilia-Romagna è di un Pil in crescita solo dello 0,5% contro lo 0,1% dell'Italia), e anche nel prossimo anno – dato il contesto internazionale (dazi, Brexit, ecc.) – la crescita rimarrà modesta. Ma gli

aspetti congiunturali non possono e non devono mettere in ombra le robuste caratteristiche strutturali dell'Emilia-Romagna, parte del "nuovo" Triangolo industriale (Lombardia, Veneto e noi): di questo abbiamo discusso alla fine di ottobre in un Seminario all'Università di Parma, "Per una manifattura di qualità". Quattro spunti fra i tanti.

Primo. Appartengono tutte a queste tre regioni le prime dieci province del Paese per "vocazione manifatturiera", che Intesa Sanpaolo calcola considerando la percentuale di valore aggiunto manifatturiero sul totale dell'economia locale: Vicenza (37,0%), Lecco (34,8%) e Modena (34,4%) le prime tre.

Secondo. Gli investimenti in "conoscenza" sono ormai entrati fra le priorità strategiche sia delle imprese che dei policy maker, anche se molto resta da fare. I dati Istat ed Eurostat mostrano come le "imprese (con più di 10 addetti) che hanno introdotto innovazioni tecnologiche

di prodotto o di processo" siano il 43,9% in Emilia-Romagna, il 41,7% in Veneto, il 40,2% in Lombardia. Quando però si vanno a considerare gli investimenti in R&S e il numero di brevetti registrati, spicca il ruolo della Lombardia, seguita dall'Emilia-Romagna, col Veneto più defilato. E sono sempre l'Emilia e la Lombardia a contendersi il primato nelle varie classifiche sul capitale umano: istruzione terziaria (numero di laureati), attrattività delle Università, capacità di richiamare laureati da altre regioni.

Terzo. Nel Paese del "nanismo" d'impresa, un certo grado di consolidamento dimensionale è in atto nel Triangolo. Emerge qui il ruolo delle "medie imprese industriali" portate alla luce con la nota indagine di Mediobanca-Unioncamere. Il nuovo Triangolo industriale – è l'argomentazione – emerge con nettezza considerando quella che viene chiamata l'"intensità della presenza di medie





# FILIERA ALIMENTARE DI ECCELLENZA



**DECO**  
INDUSTRIE

Via Caduti del lavoro 2  
48012 Bagnacavallo (RA) Italy

[WWW.DECOINDUSTRIE.IT](http://WWW.DECOINDUSTRIE.IT)



ECCELLENZA  
DELLE  
MATERIE PRIME



MAGGIOR VALORE  
AL TERRITORIO



SOSTENIBILITÀ  
AMBIENTALE



SICUREZZA  
AI CONSUMATORI



PROVENIENZA  
CONTROLLATA  
E CERTIFICATA



QUALITÀ  
E GUSTO





# PER UNA MANIFATTURA DI QUALITÀ

IV edizione

## La "metamorfosi" del Modello emiliano e il "nuovo" Triangolo industriale

imprese". Ma la storia non finisce qui perché ci sono quelle che Mediobanca chiama le imprese del "quarto capitalismo" ottenute sommando alle "medie imprese" (da 17 a 370 milioni di euro di fatturato) le imprese "medio-grandi" (da 370 a 3 miliardi di euro). Il focus che è stato presentato su quelle emiliano-romagnole mostra le loro eccellenti performance, e dimostra la nascita di una vera e propria élite di grandi imprese, con fatturati compresi fra uno e due miliardi di euro. Saranno, in più di un caso, le multinazionali di domani. E che lungo la Via Emilia un consolidamento dimensionale sia in atto lo conferma l'indagine sui "Champions" di Italypost-Corriere della Sera: difatti, in Emilia-Romagna hanno un peso maggiore quelli della fascia alta (fatturato superiore ai 120 milioni di euro), che rappresentano il 21% dei Champions della regione, contro il 19% in Lombardia e il 12% in Veneto.

Quarto. I distretti industriali, considerati *démodé* da molti osservatori (accademici e non), hanno mostrato una straordinaria resilienza e rappresentano, in molti

casi, il terreno d'elezione per la crescita delle imprese. Disseminati lungo tutta la Via Emilia, da Piacenza a Rimini (e dintorni), sono 13 in base al Censimento Istat (2015) e una ventina in base al Monitor di Intesa Sanpaolo (2019). Per la Romagna ciò significa: "Faenza-meccanica", "Lugo-alimentare", "Forlì-beni per la casa" (Istat); "Mobili imbottiti Forlì", "Ortofrutta romagnola", "Calzature S. Mauro Pascoli", "Abbigliamento Rimini", "Macchine per il legno Rimini" (Isp).

La diffusione in Romagna dei distretti, così come la presenza sia delle medie imprese sia di alcuni grandi gruppi, contribuiscono a gettare luce su una caratteristica a volte dimenticata: la significativa base industriale delle tre province romagnole. Sommando – sempre seguendo l'Istat (dati riferiti al 2016) - "industria in senso stretto" e "costruzioni" otteniamo il 25,9% del valore aggiunto sia a Forlì-Cesena che a Ravenna e il 28,4% a Rimini. Certo, il contributo dell'industria alla formazione del valore aggiunto è più alto nelle province dell'Emilia centrale (Modena, Reggio Emilia e Parma), e non potrebbe essere altrimenti data

la vocazione agricola e/o turistica delle province romagnole. Il peso dell'industria nelle tre province romagnole, tuttavia, non è lontano dalla media regionale dell'Emilia-Romagna (30,9%). Di più: in Romagna, al pari dell'Emilia, è in funzione quello che possiamo chiamare il "moltiplicatore manifatturiero"; ossia, lo straordinario contributo che dalla manifattura (che vale un terzo o un quarto dell'economia, a seconda dei casi) si diffonde poi a tutto il sistema economico grazie al preponderante peso di quest'attività nell'export e negli investimenti in ricerca e sviluppo.

Sono, prima di ogni altra cosa, le imprese manifatturiere che tengono un territorio ancorato all'economia globale e in sintonia con gli sviluppi della tecnologia. Di conseguenza, servirebbe una lungimirante Politica industriale, che l'Italia continua a non avere al contrario di quel che accade negli altri grandi paesi dell'Ue.

*Franco Mosconi*  
*Professore Economia Industriale*  
*Università di Parma*

# BILANCIO SOCIALE 1898-2018

## DA FLAMINIA OLTRE 50 MILIONI DI EURO PER L'UNIVERSITÀ

Ammontano a oltre **50 milioni di euro**, di cui 41.845.520 ricevuti dai soci, le risorse che Fondazione Flaminia ha, tra il 1989 e il 2018, complessivamente destinato all'insediamento universitario ravennate. La cifra è stata investita in tre principali settori di intervento: attività di supporto ai corsi, alle sedi e attività culturali; attività di supporto agli studenti; progettazione europea, supporto alla ricerca e all'innovazione tecnologica e sociale.

Sono **37.641.058 euro** le risorse destinate **all'attività di supporto ai corsi**, alle sedi e attività culturali. Nel supporto alle sedi figurano: interventi edilizi su immobili; manutenzione e servizi ausiliari; arredi e attrezzature; impianti dei laboratori. A questo gruppo di attività sono andati complessivamente 9.432.836 euro. Il supporto ai corsi e alle attività culturali comprende: agevolazioni al corpo docente; docenze, tutoraggio e attività laboratoriali; assegni di ricerca e dottorati; ricercatori e docenti; promozione dell'offerta formativa; attività culturali. A tale gruppo di attività sono andati 28.208.222 euro.

**All'attività di supporto agli studenti** sono poi stati destinati **8.701.026 euro**. Nello specifico si tratta di: orientamento in entrata; borse di studio, tirocini, borse lavoro e orientamento in uscita; biblioteche e Punto ristoro; servizio abitativo; associazionismo, sport, cultura e sanità; servizi di internazionalizzazione; attività post laurea. In questo ambito significativo è l'impegno per il 'post laurea' (in cui figurano master, corsi di alta formazione, summer/winter school, corsi di aggiornamento, corsi di formazione professionale e corsi di formazione permanente) con 4.366.922 euro, e per il servizio abitativo in cui sono



In questa pagina, dall'alto:

- Mirella Falconi, vicepresidente Flaminia, presidente Gualtieri, rettore Francesco Ubertini, sindaco Michele de Pascale e presidente Fondazione Cassa di Risparmio di Ravenna Ernesto Giuseppe Alfieri
- Antonio Penso, Lanfranco Gualtieri, Giannantonio Mingozzi, Elena Maranzana
- Primi Laureati Scienze Ambientali 1994 con sindaco D'Attorre

Nella pagina a fianco:

- Gualtieri Lanfranco
- Direttore Penso e Presidente Gualtieri Flaminia

state riversate risorse pari a 1.999.553 euro. Ammonta infine a **3.947.652 euro** l'investimento di risorse fatto da Flaminia su **progettazione europea, supporto alla ricerca e all'innovazione tecnologica e sociale**, attività che hanno avuto sviluppo prevalentemente nella più recente fase dal 2013 al 2019 e che dal 2015 sono confluite nel Centro per l'Innovazione Cifla.



## Fondazione Flaminia compie 30 anni: il cammino fin qui percorso Intervista a Lanfranco Gualtieri

Fondazione Flaminia celebra trent'anni di attività a supporto del decentramento dell'università in Romagna. In questi tre decenni ha destinato risorse ed energie alla crescita dell'insediamento universitario ravennate.

**PRESIDENTE GUALTIERI, TRENT'ANNI NON SONO FORSE MILLE ANNI DI STORIA, MA SONO UN NUMERO ABBASTANZA SIGNIFICATIVO PER FARE BILANCI E CONSIDERAZIONI. CHI È FONDAZIONE FLAMINIA OGGI E QUALE È STATO IL SUO APPORTO IN QUESTI ANNI?**

Flaminia nasce nell'agosto 1989. All'inizio ha avuto un ruolo di intermediario tra le istituzioni locali e l'Ateneo per favorire il radicamento dell'Università, svolgendo funzioni amministrative e di supporto alla didattica e ai docenti in sostituzione degli uffici dell'Ateneo che sono stati attivati nelle sedi decentrate solo successivamente. Si trattava di fornire le dotazioni di base a un'università che si stava insediando, e che quindi aveva bisogno di tutto, dalla ristrutturazione delle sedi, ai contratti per guardiane, pulizie e manutenzioni, dall'allestimento di laboratori, al supporto a iniziative culturali. Fin da questi primi passi Flaminia si è concentrata sul sostegno alla didattica.

**IN PARTICOLARE, GUALTIERI, COSA È SIGNIFICATO IN CONCRETO IL SUPPORTO ALLA DIDATTICA?**

Flaminia ha sostenuto e continua a sostenere le spese di funzionamento dei corsi di laurea, attività convegnistiche e seminariali, didattica e tutoraggio. Ma è soprattutto l'investimento sulle risorse umane, in particolare ricercatori e docenti, a esser stata fin dall'inizio una scelta strategica dell'ente: sono 32 i posti da ricercatore finanziati in questi anni nella convinzione che la qualità di un insediamento si leghi proprio al radicamento del corpo docente. Il supporto alla didattica è tutt'ora elemento caratterizzante l'attività di Flaminia, ma oggi ha cambiato connotazione e da mero finanziamento è divenuto intervento mirato a caratterizzare l'offerta didattica, a sviluppare progetti specifici.

**E SE L'ATTIVITÀ DI SUPPORTO ALLA DIDATTICA È RIMASTA UNA COSTANTE, VI È UNO SCENARIO DI ATTIVITÀ CHE SI È APERTO A INSEDIAMENTO UNIVERSITARIO AVVIATO, IL SUPPORTO AGLI STUDENTI.**

Una volta create le sedi e insediati i corsi di laurea, si è reso necessario lavorare sui servizi agli studenti per garantire

loro le migliori condizioni di vivibilità negli anni di studio. In particolare, in collaborazione con l'Ateneo e le istituzioni del Territorio, abbiamo concentrato risorse sul servizio abitativo, che oggi rappresenta uno dei fiori all'occhiello di Flaminia, ma anche sull'ampliamento dell'orario di apertura delle biblioteche universitarie, l'attivazione dell'Univer-



sity card, la gratuità dei biglietti della stagione di prosa, l'avvio del laboratorio teatrale per studenti universitari nell'ambito della Non Scuola. Flaminia ha partecipato alla realizzazione di un programma di interventi sugli spazi da destinare agli studenti: è stato aperto il Punto Ristoro, e realizzato il progetto Cittadella Universitaria nel complesso Palazzo Corradini-Palazzo dei Congressi insieme a Comune di Ravenna, Ergo e Campus di Ravenna. Sempre per favorire gli studenti, sono state inoltre svolte numerose azioni di accompagnamento al lavoro. Progetti come Borse lavoro, Lavoro cerca Università, Progetti Tirocini, Unilav, attivati in collaborazione con le associazioni e le istituzioni del territorio, sono serviti a rendere gli studenti e i laureati più attrattivi nel mercato del lavoro, e percorsi come Euch, I-Cult a promuovere la cultura di impresa all'interno dell'università. Dal 2000, inoltre, Flaminia si occupa di formazione post-laurea svolgendo un importante ruolo di stimolo e di collegamento con le specificità del territorio che ha permesso di passare dai 2 master gestiti nel 2013 ai 10 del 2019.

**FLAMINIA OGGI È PERÒ ANCHE SUPPORTO ALLA RICERCA E AL TRASFERIMENTO TECNOLOGICO, INTERNAZIONALIZZAZIONE E PROGETTAZIONE EUROPEA.**

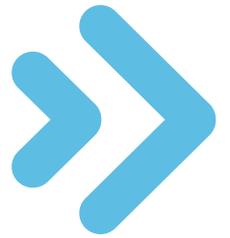
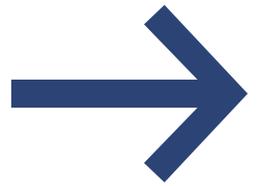
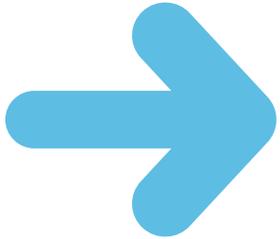
I primi stimoli a giocare un ruolo in questo campo sono venuti da alcuni docenti interessati a promuovere sinergie con le imprese del territorio nell'ambito del

nascente Tecnopolo. In poco tempo, il supporto alla ricerca è andato oltre il mero sostegno di carattere amministrativo assicurato fin dalle fasi di primo insediamento ai singoli docenti, e è divenuto occasione per promuovere la collaborazione fra ricerca universitaria e tessuto imprenditoriale locale, alla ricerca di una sinergia che potesse fungere da volano di sviluppo per il territorio. Oggi Fondazione Flaminia, accanto alle sue storiche attività di supporto alla didattica e ai servizi agli studenti, gioca il ruolo di 'cerniera' tra mondo della ricerca e le imprese. È del novembre 2015 l'accREDITAMENTO del Centro per l'Innovazione di Fondazione Flaminia - Cifla alla Rete Alta Tecnologia della Regione Emilia Romagna. Nel 2017 Cifla è stata riconosciuta dagli enti territoriali soggetto gestore del Tecnopolo di Ravenna.

**L'UNIVERSITÀ A RAVENNA OGGI È UN DATO DI FATTO, CHE MOLTO DEVE A FLAMINIA. ALLA LUCE DI QUESTO, HA ANCORA SENSO UN ENTE DI SOSTEGNO ATTIVO SUL TERRITORIO?**

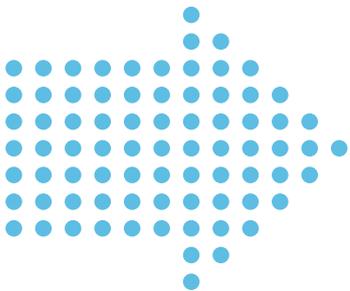


Il dato 'quantitativo' sul lavoro svolto in questi anni è indiscutibile, ma al di là questo l'importanza di Flaminia si lega a un altro aspetto: la costante ricerca della collaborazione e la promozione della sinergia fra le singole articolazioni accademiche e il territorio. Quello di Flaminia è un impegno continuo di tessitura e relazione, spesso poco visibile, ma indispensabile perché è vero che i corsi di laurea si possono decentrare mettendo in campo risorse e costruendo strutture, ma una città universitaria quale Ravenna sta puntando a essere, si costruisce solo passo passo, affiancando a strutture e servizi una solida rete di relazioni con istituzioni e imprese da cui nascono sinergie e collaborazioni durature.



# EXPORTACTION

AZIONI, SERVIZI, STRUMENTI PER CRESCERE  
SUI MERCATI INTERNAZIONALI.





# #CONOSCERE

PERMETTERE ALL'AZIENDA DI ACCEDERE A **INFORMAZIONI AGGIORNATE**  
E A **KNOW HOW SPECIALISTICO**, REQUISITI ALLA BASE  
DELLA COMPETITIVITÀ SUI MERCATI ESTERI.



## NEWS

News in anteprima, aggiornamenti costanti sulle tematiche del commercio estero, segnalazione di iniziative dedicate all'estero.



## GUIDE PAESE/ NOTE SETTORIALI

Guide paese e note settoriali per un approccio consapevole ai mercati esteri.



## SEMINARI

Momenti di approfondimento per acquisire know how specialistico per operare con l'estero.

# #ESPLORARE

FORNIRE ALL'AZIENDA GLI ELEMENTI UTILI PER **VALUTARE IL PROPRIO LIVELLO**  
DI **PREPARAZIONE ALL'EXPORT**, **ESPLORARE LE OPPORTUNITÀ** DEI MERCATI INTERNAZIONALI  
E **COSTRUIRE LA STRATEGIA** DI APPROCCIO PIÙ EFFICACE.



## EXPORT CHECK UP

Valutazione del grado di preparazione dell'azienda ad affrontare un percorso di internazionalizzazione.



## PRIMO ORIENTAMENTO

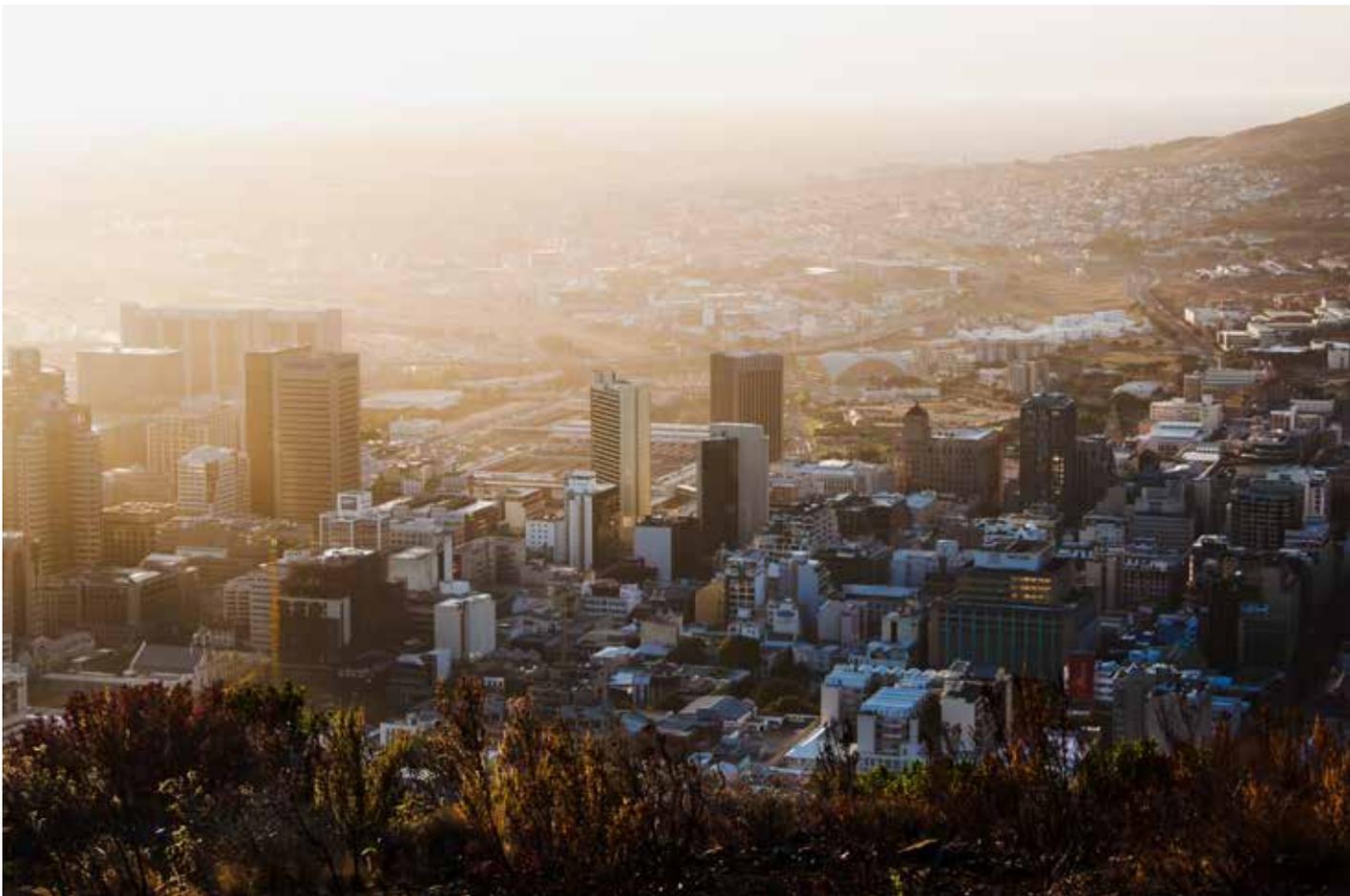
Individuazione dei mercati a più alto potenziale.



## EXPORT STRATEGY

Sviluppo di una efficace strategia di ingresso sui mercati target.

# LE NUOVE OPPORTUNITA' DEL LIBERO SCAMBIO AFRICANO



A inizio giugno, l'Africa ha compiuto un passo cruciale per il suo futuro: è entrato in vigore l'accordo che costituisce la African Continental Free Trade Area (AfCFTA). La nuova area di libero scambio – una delle più grandi del mondo – prevede l'eliminazione di dazi e quote sul 90% delle merci che attraversano i confini interni al continente. La creazione di un mercato di beni e servizi continentale punta, nel lungo periodo, all'unione doganale e monetaria. I benefici attesi sono anzitutto la gra-

duale espansione del commercio intra-africano (ancora a livelli troppo bassi) e l'impulso ai processi di sviluppo e diversificazione economica.

Per le aziende europee, l'AfCFTA è un'ottima notizia e un'opportunità straordinaria: investire in un paese, per produrre, assemblare, commercializzare prodotti, darà accesso a un mercato di 54 paesi e più di un miliardo di persone, in rapidissimo aumento. Un intero continente in crescita che richiederà energia, infrastrutture, trasporti, sanità, cibo, prodotti, servizi, abitazioni e beni di consumo (con standard qualitativi superiori agli attuali). Per rispondere a queste nuove richieste, i paesi africani stanno promuovendo inve-

stimenti ad ampio raggio: infrastrutture, energia, edilizia, reti di comunicazione, sistemi idrici.

Secondo le stime delle Nazioni Unite, infatti, entro il 2050 la popolazione totale del continente raddoppierà e raggiungerà i 2,5 miliardi di persone. Nel 2030 la popolazione urbana nel continente eccederà il miliardo, superando quella rurale. Entro il 2030, molte delle più grandi città del pianeta saranno in Africa.

Se questo è il trend per i prossimi anni, l'Africa è già ora la grande opportunità di business e sviluppo a livello globale. Le ragioni sono diverse: un graduale aumento della stabilità politica e macroeconomica (per quanto rimangano sfide e aree di forte criticità); un aumento dell'in-

tegrazione continentale; una crescita demografica sostenuta, una popolazione giovanissima (il 60% ha meno di 25 anni), l'aumento di una classe media urbana orientata ai consumi (ci sono circa 500 milioni di persone che inizieranno a "fare shopping" nei prossimi 10 anni); un forte bisogno di infrastrutture e di energia, per far fronte allo sviluppo del continente; enormi ricchezze minerarie, naturali e agricole, che rappresentano un grande patrimonio da utilizzare in modo attento; un forte trend di innovazione e sviluppo tecnologico, che trova "soluzioni africane a problemi africani".



I settori che avranno la maggior crescita sono quello energetico, food and agro-processing, manufacturing, quelli legati ai servizi finanziari e al consumatore, infrastrutture, salute. La tecnologia ha davvero un ruolo di trasformazione economica e sociale senza precedenti. Molti giovani imprenditori stanno trasformando diverse debolezze e ritardi nello sviluppo in potenziali punti di forza: è il fenomeno del leapfrogging (letteralmente "salto della rana") ovvero l'adozione massiccia di una tecnologia più moderna senza passare dagli stadi precedenti. Un processo che è avvenuto in modo capillare per i cellulari, che hanno connesso il continente senza passare dal telefono fisso, e che si potrebbe verificare in altri settori grazie al dinamismo delle start-up locali.

L'innovazione tecnologica definisce gli orizzonti di sviluppo dell'Africa, nonostante carenze e difficoltà. La diffusione su larga scala di tecnologie mobile, che hanno agevolato la connettività internazionale del continente, ha dato impulso alla proliferazione di start-up a forte potenziale di innovazione e impatto sociale, nei settori più disparati. La creazione di poli di innovazione tecnologica – le "African Valleys" – ha riguardato zone e centri urbani in parti diverse della regione (Johannesburg, Cape Town, Nairobi, Kigali, Lagos, Accra).

Oltre agli ambiti commerciale, energetico, educativo, al fintech, al healthtech, trova sempre più spazio la tecnologia applicata all'agrofood, il cosiddetto agrotech.

Più di metà della forza lavoro africana è infatti attiva nel settore agricolo e, nonostante la grande abbondanza di terre fertili non coltivate, l'agricoltura africana è quella meno meccanizzata al mondo. Questo porta al paradosso di un continente che ha un immenso potenziale per nutrire se stesso e il mondo: ospita oltre il 60% del terreno coltivabile del pianeta, che però non è coltivato, ma importa sempre più cibo (l'import sarà di 110 miliardi di dollari nel 2025).

Il magazine keniano "Disrupt Africa" stima che in Africa siano raddoppiate le start-up agritech negli ultimi 2 anni. Ci sono aziende che hanno lanciato piattaforme per ridurre l'asimmetria informativa tra contadini e mercati, comunicando prezzi e standard qualitativi; altre che puntano a incrementare la produttività agricola o a ridurre i rischi delle coltivazioni con l'analisi in tempo reale di suolo e meteo. Altre che consentono di investire online nei piccoli produttori agricoli locali. Anche le istituzioni pubbliche fanno sempre più ricorso al supporto tecnologico per affrontare le sfide del mondo rurale: in Etiopia il ministero dell'agricoltura ha cartografato via satellite la

fertilità degli oltre 18.000 distretti del paese per avviare un numero verde a disposizione dei contadini per fornire consigli agronomici localizzati.

Per le aziende italiane e romagnole, la fiera agricola e agroalimentare è un'ottima opportunità per esportare e per investire. Raccolta, conservazione, refrigerazione, logistica, macchinari per trasformazione di cereali, frutta, verdura, carne. E poi confezionamento, imbottigliamento, packaging.

Molti paesi (fra gli altri Etiopia, Ghana, Kenya, Nigeria, Rwanda) hanno programmi ambiziosi per lo sviluppo industriale e manifatturiero, con un'attenzione particolare al food processing. Si va dagli incentivi agli investimenti, alle zone economiche speciali, alla detassazione dei profitti per un numero di anni per chi investe, a programmi strutturati come il One District-One Factory in Ghana (che punta ad avere almeno uno stabilimento industriale in ciascuno dei 230 distretti del paese).

Entro il 2030, si stima che la spesa b2b nel settore manifatturiero arriverà a 666,3 miliardi di dollari (+201,28 miliardi rispetto al 2015).

**Francesco Gastaldon**  
**Kili Partners**

# L'IGNORANTEZZA\* DEL CATALOGO

*\* (LICENZA POETICA PRESA IN PRESTITO DAL MITICO PAOLO CEVOLI)*



**D**i lui si diceva che dovesse sparire, che il digitale lo avrebbe seppellito, che i Kindle lo avrebbero soppianta-

to, e invece i dati dicono il contrario, soprattutto nel B2B, **il catalogo cartaceo è risorto dalle proprie ceneri**, ha saputo modellarsi e cambiare, adattarsi alla nuova era.

**La carta stampata non è morta e lotta insieme a noi.** Ha dovuto farsi solo un po' da parte negli ultimi anni a causa dell'aumento esplosivo del digitale, ma non è mai avvenuto davvero il suo ipotizzato "decesso", anzi oggi la stanno riscoprendo addirittura alcune aziende molto forti nel digitale che hanno invece iniziato a **creare nuove riviste stampate e depliant ricchi di contenuti per promuovere il loro marchio.**

Un esempio è il noto brand Dolce & Gabbana, che ha dichiarato di voler andare controcorrente, differenziandosi dai concorrenti e "tornare alle origini" puntando su magazine e riviste, perchè «mentre tutti utilizzano lo smartphone, comprare la carta stampata potrebbe sembrare un lusso»

Mentre tutto ciò che riguarda l'affollatissimo universo del digitale è diventato "convenzionale", **la carta stampata si sta ritagliando l'inaspettato ruolo di mezzo di comunicazione "non convenzionale"**, una nuova opportunità per ottenere e mantenere attenzione.

Attraverso la carta stampata le persone possono "uscire" dal mondo digitale, dove si trovano tutte le risposte, ma dove nessuno pone

## TRASFORMAZIONE, RINASCITA E INTEGRAZIONE DIGITALE DELLA CARTA STAMPATA.

più delle domande: **ogni tanto, disconnettersi dai supporti digitali permette di pensare fuori dagli schemi e di porsi domande sulla base di ciò che si legge.**

Il lettore analogico è più aperto all'esplorazione a differenza invece di un lettore digitale che è propenso ad una ricerca per categorie, prodotti, call to action. Inoltre la carta favorisce la concentrazione, quindi una più agevole assimilazione dei contenuti.

Anche se non è ancora del tutto possibile monitorare digitalmente il numero di persone che guardano volantini, brochure, depliant o riviste, **si possono comunque analizzare le persone e le interazioni con essi!**

Dalle ultime ricerche si scopre che le campagne pubblicitarie mediante carta stampata stanno ottenendo un ROI (Return On Investment, il tasso di rendimento di un investimento di marketing o di comunicazione) triplicato: la cara, buona, vecchia **carta stampata pare agisca da "amplificatore" aumentando esponenzialmente gli effetti della televisione e anche quelli dei canali digitali.** I quotidiani cartacei sono in grado di aumentare gli effetti della comunicazione pubblicitaria di 5,7 volte nel settore della finanza, di 3 volte per il settore viaggi, di 2,8 volte per il commercio al dettaglio, e così via. I prodotti cartacei spediti sono sempre di meno e quindi viene prestata più attenzione ad ogni materiale cartaceo ricevuto per posta.

**La carta stampata "vive" ma ha bisogno delle giuste strategie**, sia per essere letta che per fidelizzare i clienti: infatti, non basta solo creare contenuti originali per il primo approccio, ma è importantissimo non "perdere" gli utenti dopo che questi sono diventati clienti. In passato, erano proprio le riviste di carta e i magazine lo strumento privilegiato dai brand per fidelizzare i clienti.



Voi direte c'è il web, c'è Facebook, Instagram, LinkedIn, dove posso proporre i miei servizi/prodotti... perché ancora il catalogo?

Un recente studio della Quad Graphics ha rilevato che oltre la metà dei "millennial" presta una maggiore attenzione alla pubblicità diretta per corrispondenza e stampa, rispetto a quella digitale. Immaginate un utente che naviga sul web rimbalzato ovunque fra banner, video, post e competitor e ora immaginatelo mentre legge il vostro catalogo senza distrazione, assorto e concentrato...questa è la sua forza! Provate ad ipotizzare il grossista/rivenditore di pezzi di ricambio che passa ore e ore a leggere centinaia di pagine online solo per farsi un'idea di quello che voi proponete o la famiglia che non sogna più una casa funzionale e bella sfogliando le pagine del catalogo Ikea. Voi riuscite a pensare ad un futuro così?

Noi NO. **La comunicazione diretta (one-to-one), la più efficace, che trova nel catalogo il suo alleato perfetto ha sull'esperienza dell'utente un impatto completamente diverso rispetto a quello che avviene sul web**, un catalogo può essere toccato e sfogliato a lungo attirando l'attenzione, in un modo, che le immagini digitali non possono.

E per far sì che il catalogo sia ottimizzato al massimo, deve rispondere alle caratteristiche del

metodo AIDA (attenzione, interesse, desiderio e azione): deve attirare l'attenzione, convincere il potenziale cliente a leggere di più, far crescere il desiderio latente per il prodotto o il servizio ed infine convincere ad intraprendere un'azione specifica.

**Il materiale cartaceo infatti dovrebbe sempre invitare all'azione**, in modo che il lettore reagisca nella maniera in cui desidera l'azienda: volantini, brochure, depliant o riviste dovrebbero **includere una call-to-action specifica che indichi al tuo cliente che cosa fare dopo aver letto** e che consenta di tenere traccia del modo in cui il pubblico di destinazione risponde.

Strumenti utili a questo scopo sono i codici QR (Quick Response Code, lo strumento di mobile marketing che utilizza un'immagine che può essere letta/decodificata tramite appositi lettori contenuti negli smartphone e tablet) o i lettori di immagini digitali, particolarmente adatti a spingere l'utente ad eseguire una serie di funzioni durante la scansione: aprire un sito web, collegare la pagina aziendale (su Facebook, Yelp o Google, ecc.), effettuare una chiamata, inviare un'email o compilare un modulo per accedere a contenuti dedicati ed esclusivi.

Si può tenere traccia della pubblicità stampata anche indirizzando i potenziali clienti su landing page specifiche, con contenuti esclusivi e dedicati: un modo immediato e smart di **tracciare i tassi di risposta, misurare il ROI, il**

**traffico di utenti, i tassi di conversione, i dati dei clienti e altro ancora.** Ogni interazione sul catalogo viene monitorata, preferenze per un dato prodotto, per un settore, geo localizzazione... **una profilazione del cliente che permette di rispondere con azioni mirate.** E non solo, tutti i dati raccolti saranno utilissimi per **progettare campagne advertising ancora più efficaci**, il catalogo cartaceo diventa un vero e proprio strumento integrato nelle strategie di marketing e non più un prodotto fine a se stesso.

**L'incontro perfetto tra la precisione artigianale del cartaceo e le infinite possibilità del digitale.**

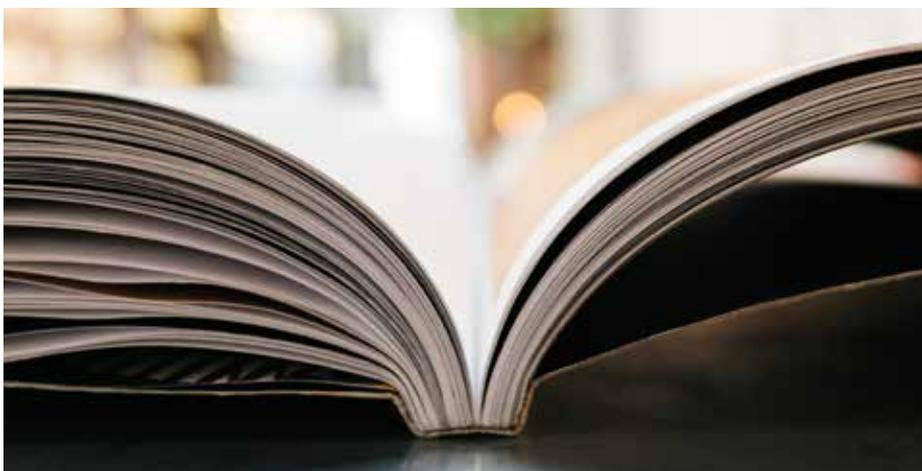
Crediamo non solo nella rinascita della carta stampata, ma nella sua continuità. Questo perché ogni mezzo ha il suo linguaggio, il suo tono di voce e il suo modo di esprimere i contenuti; ciascuno è complementare agli altri, in un marketing mix di comunicazione che non può finire o sparire, ne oggi, ne mai.

**Il catalogo del 2020 è diverso dal suo antenato, è diventato un vero e proprio strumento di vendita "ATTIVO" capace di convertire:**

- mostra i prodotti nella loro migliore veste
- misura i tassi di conversione
- richiede costi di stampa inferiori
- massimizza le vendite
- e' interattivo

senza dubbio le strategie di marketing digitale sono straordinariamente coinvolgenti e non vanno trascurate, ma **un catalogo ben progettato può essere la chiave giusta per una strategia completa e perfettamente funzionante**, dalla quale ottenere un ottimo tasso di conversione... non è forse quello per cui lavorate ogni giorno?

*Laura Cimino  
Digital marketing manager  
Promos snc*



# CFO, FORMAZIONE ALL'AVANGUARDIA PER L'OFFSHORE: FRA CERTIFICAZIONI INTERNAZIONALI E METODICHE INNOVATIVE

L'INTERVISTA AL DIRETTORE GENERALE ANGELO TORLO



**P**restare primo soccorso in caso di incidente, essere in grado di evacuare un elicottero prima che affondi in mare, rispondere con competenza in tutte le situazioni in cui può trovarsi un professionista subacqueo e tecnico che operi a bordo

di navi, piattaforme e in ambito portuale: a queste ed altre esigenze degli operatori dell'offshore rispondono i corsi del CFO ([www.cforavenna.com](http://www.cforavenna.com)), a Mezzano di Ravenna.

Nato nel 2001 come costola della Marine Consulting srl, oggi il Centro di Formazione è un polo di riferimento a livello nazionale e internazionale, con 40 corsi, 25 nazionalità ospitate e 13.500 ore di formazione dal 2012.

**Abbiamo intervistato il direttore generale Angelo Torlo sulle ultime novità di un'offerta formativa, che si conferma sempre all'avanguardia.**

## Come nasce il CFO?

Il Centro è nato per rispondere alla continua richiesta di formazione, qualificazione e specializzazione del personale che opera nell'ambito dell'offshore e negli altri ambiti ad esso collegati. Si rivolge in particolare a società ed aziende che sentono la necessità di formare il proprio personale non solo in ottemperanza alle più recenti normative relative alla sicurezza sul lavoro, ma anche in funzione della migliore produttività aziendale.

È un dato di fatto: chiunque lavori sulle piattaforme deve avere una preparazione specifica in caso di emergenza: dalle basi (conoscere le vie di fuga, i segnali, aprire una zattera, indossare un giubbotto, tuffarsi in modo corretto) fino alle operazioni più complesse, come evacuare un elicottero in caso di incidente. Nei nostri primi anni di attività ci siamo concentrati su corsi che rilasciavano certificazioni ministeriali. Oggi, disponendo di una nostra piscina e di rilevanti attrezzature siamo diventati un centro che somministra, fra gli altri, anche corsi certificati OPITO (Offshore Petroleum Industry Training Organization).

### La certificazione OPITO è quella che si può chiamare un'eccezione nell'industria energetica.

Assolutamente sì. OPITO è un'organizzazione mondiale nata in Scozia in seguito ad un grande incidente nel Mare del Nord in cui trovarono la morte centinaia di persone. Dopo l'introduzione di questi standard di formazione, analoghi incidenti hanno visto una notevole riduzione nelle perdite di vite umane.

La certificazione viene rilasciata esclusivamente dai Centri di Formazione accreditati e riconosciuti da OPITO - e noi siamo uno di questi - al termine di corsi (con relativi aggiornamenti), che prevedono lezioni teoriche e pratiche con tecniche di sopravvivenza e salvataggio in mare, nozioni di primo soccorso, nozioni base di antincendio ed evacuazione, sopravvivenza in mare, così come definiti negli standard OPITO.



### Un'altra eccellenza del CFO sono i corsi Diver Medic. Ci può spiegare di cosa si tratta?

Si tratta di corsi di Primo Soccorso Avanzato rivolti agli operatori Diving in offshore.

Alla fine del percorso, i partecipanti sono in grado di operare anche manovre di soccorso generalmente effettuate da personale medico e paramedico (come cateterizzazioni venose e vescicali, suture, immobilizzazione di un arto) al fine di stabilizzare la situazione di un infortunato in attesa dei soccorsi sanitari, che in ambito offshore o in saturazione hanno tempi allungati. Naturalmente il tutto avviene dopo essersi messi in contatto con i sanitari.

Il corso, che si svolge in collaborazione con il Direttore Sanitario del Centro Iperbarico di Ravenna Dott. Pasquale Longobardi, è approvato e riconosciuto da IMCA (International Marine Contractors Association).

### L'ultima, importante, acquisizione del CFO è il fatto di essere diventato centro esami RINA anche per applicazioni subacquee nei controlli non distruttivi.

Sì, come è noto, i controlli non distruttivi identificano i problemi e i difetti di una struttura con metodiche che non richiedono la distruzione o l'asportazione di campioni dalla struttura stessa.

Noi sviluppiamo un corso di formazione apposito, teorico-pratico, che prevede un esame finale di abilitazione nella nostra stessa sede. La particolarità è che siamo gli unici ad essere centro esami RINA (Registro Italiano Navale), oltre che per applicazioni terrestri anche per applicazioni subacquee (prima di questo step, dopo l'abilitazione non si potevano che portare sott'acqua le conoscenze acquisite a terra). Per diventarlo, in collaborazione con il RINA, abbiamo fatto un lungo percorso di certificazioni,

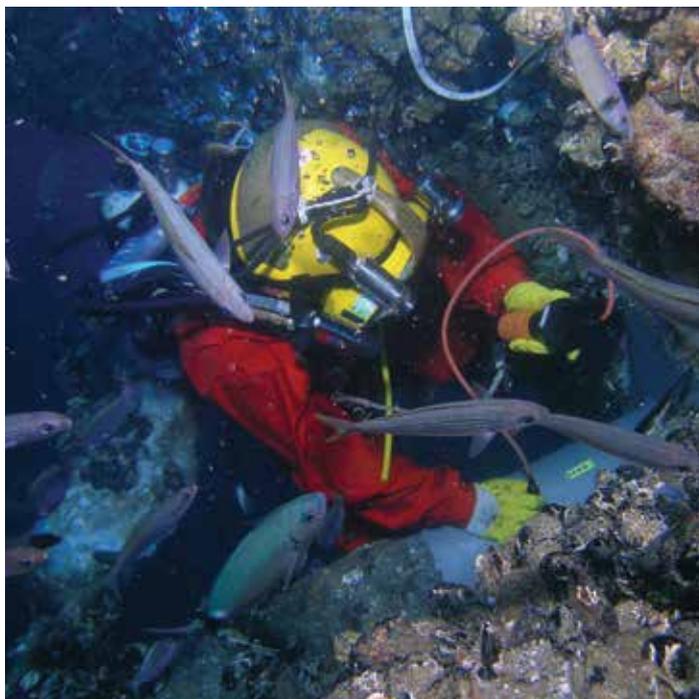
**«Il Centro, a Mezzano di Ravenna, è accreditato OPITO. Somministra corsi Diver Medic ed è diventato centro esami RINA anche per applicazioni subacquee nei controlli non distruttivi».**

acquisizione di strumentazioni (abbiamo una piscina e due vasche, oltre all'apposita attrezzatura), e stesura di un regolamento e delle relative procedure, in conformità alla Norma UNI EN ISO 9712:2012.

Tornando ai controlli non distruttivi, i metodi per i quali siamo autorizzati sono: il Visivo, l'Ultrasonoro, l'Ultrasonoro Spessimetrico, i Liquidi Penetranti, il Magnetoscopico, l'ACFM (Alternating Current Field Measurement).

### Quali sono i prossimi obiettivi del Centro?

L'obiettivo è quello di aumentare a breve il numero dei metodi per la formazione e la certificazione degli addetti ai controlli non distruttivi.



Nella pagina precedente: Angelo Torlo, Direttore Generale CFO

In questa pagina  
Sopra: controlli non distruttivi terrestri  
Sotto: controlli non distruttivi subacquee

# Come First Offshore

## I nostri corsi:

- Offshore
- Personale di volo
- Sopravvivenza in mare
- Sicurezza e Antincendio
- Primo soccorso
- Controlli non distruttivi



## NDT Examination Center Approved by RINA

VT – MT – PT – UT – ACFM  
anche per applicazioni subacquee



## Le nostre certificazioni:



# Centro Formazione Offshore

# QUATTRO PARCHI DEL GRUPPO COSTA PREMIATI PER LA QUALITÀ DEL SERVIZIO"

**Italia in Miniatura al 1° posto tra i parchi di divertimento e al 7° posto assoluto nella classifica su 1.274 realtà italiane esaminate**

**Acquario di Genova e Acquario di Cattolica al 1° e 2° posto nella categoria degli Acquari**

**Aquafan al 1° posto tra i parchi acquatici**

Quattro parchi del gruppo Costa Edutainment ricevono il riconoscimento per la qualità del servizio nell'indagine **"Migliori d'Italia - Campioni del servizio 2019/2020"** realizzata dall'Istituto **Tedesco Qualità e Finanza** in cooperazione con l'Università Goethe di Francoforte e pubblicata sulla testata Affari & Finanza.

Tre medaglie d'oro: Acquario di Genova nella categoria degli acquari, che vede al secondo posto anche Acquario di Cattolica, Aquafan tra i parchi acquatici; doppia soddisfazione per Italia in Miniatura che si appresta a celebrare l'importante traguardo dei 50 anni e che si conferma al primo posto nella categoria dei parchi di divertimento nonché al 7° posto assoluto.

A decretare questi successi sono gli stessi clienti, visitatori

e consumatori italiani, intervistati sul gradimento del servizio ricevuto: 230.000 le persone intervistate nel corso del mese passato sul servizio erogato da 1.274 aziende di 150 diversi settori dell'economia. Raccolti i dati, solo le aziende che ottengono punteggi superiori al molto buono, ricevono il sigillo di qualità "Top del servizio" dell'Istituto.

I risultati raggiunti dalle strutture di Costa Edutainment sono un riconoscimento dell'impegno e della ricerca da parte del gruppo di esperienze per il pubblico coinvolgenti e ad alto valore aggiunto in un mercato sempre più esperto ed esigente. Un riconoscimento del cammino

intrapreso per far sì che la soddisfazione dell'ospite, nel rispetto delle diverse identità dei parchi, sia uno dei principi guida delle scelte aziendali per continuare nel tempo a rimanere leader del mercato di riferimento in Italia.

Investire, ampliare, proporre, entusiasmare ed educare: la formula che il gruppo Costa Edutainment porta avanti coinvolge tutti i settori del gruppo e interessa ogni singola azione: dall'ideazione di nuovi exhibit e nuove esperienze per i diversi target di riferimento agli investimenti sulla customer care con sempre costante attenzione alla qualità dei contenuti e al rapporto di fidelizzazione del cliente.



Nella foto: Patrizia Leardini e Giuseppe Costa

# SCM GROUP, PREMIO REDDOT AWARD ALLA NUOVA INTERFACCIA UOMO-MACCHINA

Scm Group, leader mondiale nelle macchine e nei componenti industriali, e NiEW, società di business design e customer experience specializzata nell'ambito industriale, hanno ottenuto un importante riconoscimento per l'industria e il design italiano: il progetto di interfaccia uomo-macchina Maestro Active si è aggiudicato il premio RedDot Award nella categoria Brands & Communication Design 2019.

La giuria di questo prestigioso concorso mondiale, alla sua 65esima edizione, ha riconosciuto l'alto livello di design, innovazione e creatività del prodotto "made in Italy" a seguito della scrupolosa valutazione di oltre 8.000 progetti internazionali candidati nelle diverse categorie.

Maestro Active, che si era già aggiudicato nel febbraio 2019 un altro riconoscimento di spicco per l'industria ed il design mondiale, una menzione speciale al German Design Award, è la realizzazione da

parte di NiEW di un concept del sistema operativo corporate in grado di essere declinato su tutte le linee di prodotto e i dispositivi Scm Group, in chiave Industria 4.0 e Industrial IoT. L'obiettivo è, infatti, quello di creare un'unica interfaccia trasversale a tutte le tecnologie del Gruppo, che oltre a rispondere ai più innovativi requisiti del design IT contemporaneo, consenta a qualsiasi operatore, indipendentemente dalla lingua, dal background culturale e dall'esperienza professionale, un approccio diretto e confidente con macchine anche molto diverse tra loro. L'interfaccia si adatta alle caratteristiche dell'utente in termini di lingua, computer literacy e complessità di informazioni, fornendo anche suggerimenti per un efficace utilizzo della macchina.

"La vittoria del progetto di visual e interaction design Maestro Active - è il commento di Federico Ratti, Innovation Director di Scm Group - è

la dimostrazione di quanto questo sistema sia in grado di rispondere alle esigenze di user experience provenienti dalle aziende clienti del nostro Gruppo, operanti in tutto il mondo in vari settori merceologici: dall'industria del mobile all'edilizia, dall'automotive all'aerospaziale, dalla nautica alla lavorazione di materie plastiche. L'obiettivo è quello di dotare le nostre tecnologie di ultima generazione di sistemi digitali esclusivi, capaci di rendere sempre più efficiente, agevole e gradevole l'utilizzo della macchina, garantendo un know-how di alto livello".

La cerimonia di premiazione dei Red Dot Awards 2019 si è tenuta durante una serata di gala alla Konzerthaus di Berlino di fronte ad una platea di circa 1400 ospiti internazionali. I progetti premiati saranno descritti nel International Yearbook Brands & Communication Design 2019/2020 che sarà in vendita in tutto il mondo a partire dal 14 Novembre.

L'interfaccia Maestro Active è stata anche protagonista come case study del progetto europeo Inclusive volto a sviluppare per l'industria manifatturiera sistemi di automazione configurabili a seconda delle caratteristiche dell'utente. Sistemi dove la macchina arriva ad adattarsi alle capacità dell'operatore rendendo sempre più semplice e piacevole la sua esperienza d'uso e aprendo, in prospettiva, anche nuovi scenari oggi forse impensabili, come la possibilità di integrare persone svantaggiate e con limitate capacità fisiche o cognitive. Il progetto, che ha visto Scm Group tra i dieci partner coinvolti da tutta l'UE, è finanziato dalla Commissione Europea all'interno del programma Horizon 2020.



# I 20 ANNI DI RANDSTAD ITALIA CON GLI ALLENAMENTI PER IL FUTURO

Ha fatto tappa anche a Ravenna e a Faenza "Allenarsi per il futuro", il progetto sviluppato dalle aziende Randstad, secondo operatore mondiale delle risorse umane, e Bosch, con l'obiettivo di contrastare la disoccupazione giovanile e prevenire il fenomeno dei NEET (Not in Employment, Education or Training), orientando i giovani al loro futuro attraverso la metafora dello sport e offrendo opportunità di alternanza scuola - lavoro.

Passione, impegno, responsabilità e soprattutto «allenamento» i principali valori trasmessi dai testimonial sportivi di fama internazionale che girano nelle scuole di tutta Italia, consigliando ai giovani come dare valore al proprio talento seguendo le proprie attitudini.

E' stata la tennista e dirigente sportiva Mara Santangelo,



campionessa del mondo a squadre (Fed Cup) nel 2006 e prima italiana a vincere un torneo dello slam in doppio (Roland Garros 2007), a illustrare agli studenti delle scuole medie Cova-Lanzoni

di Faenza e Montanari di Ravenna la metafora sportiva per ragionare sull'importanza di valori come la condivisione degli obiettivi, il lavoro di squadra, la leadership e l'agilità emotiva.



# NASCE ECOL PRESS, IL MARCHIO EDITORIALE DI ECOL STUDIO



Una casa editrice pensata da un'impresa per le imprese, per diffondere la cultura della prevenzione e della sostenibilità.

Dopo più di 37 anni a fianco delle aziende, Ecol Studio inaugura un proprio marchio editoriale, Ecol Press, per la produzione e la condivisione di contenuti di qualità, mirati a supportare le aziende nello sviluppo di un business sostenibile e sicuro. La prevenzione è infatti il focus di tutte le attività di Ecol Studio dalla nascita a oggi: ambiente, salute e sicurezza sul lavoro, qualità del prodotto. In ognuno di questi ambiti, la società fondata da Guido Fornari nel 1982 ha potuto distinguersi sul mercato nazionale ed europeo grazie a servizi di analisi avanzati, alla consulenza specializzata e alla formazione sempre più personalizzata sulle esigenze delle aziende clienti, affiancandole in un cammino di crescita sostenibile e al riparo dai rischi.

"Pubblicare libri è stata una conseguenza naturale delle nostre attività," afferma Claudio Fornari, amministratore di Ecol Studio S.p.A., "perché fare prevenzione significa prima di tutto condividere cultura. Spesso, le aziende

applicano misure preventive solo in conseguenza a spiacevoli episodi, per evitare che si ripetano, o perché timorose di incorrere in sanzioni. In realtà, la prevenzione è un asset strategico per ogni azienda, che consente di lavorare più efficacemente risparmiando tempo e risorse. I contenuti che veicoliamo attraverso Ecol Press mirano proprio a questo: a diffondere una nuova cultura della prevenzione, per far sì che ogni lavoratore comprenda appieno i concreti vantaggi che ne derivano per la propria attività, per l'ambiente e le nuove generazioni."

Sono due, i titoli di esordio di Ecol Press. La nuova casa editrice di Ecol Studio inaugura la propria attività con due pubblicazioni: la prima è rivolta al management aziendale e imprenditori; la seconda a tecnici e amministratori nella gestione dei rifiuti.

Azienda No Problem di Guido Fornari si rivolge a tutti quegli imprenditori che desiderano mettere al riparo la propria attività dai principali rischi e dormire sonni tranquilli. Il fondatore di Ecol Studio illustra, infatti, l'azienda nel suo "ecosistema" complessivo,

analizzando ogni criticità alla luce della propria esperienza, fornendo così una mappa – e un metodo – che ogni imprenditore può adottare per assumere il controllo della propria crescita professionale e personale. La Prevenzione è il grande protagonista del libro di Guido Fornari, che dimostra come sia il migliore investimento che un imprenditore possa mettere a budget – il più delle volte è persino gratuita! In Azienda No Problem, l'Autore ripercorre la propria storia da imprenditore e quella della propria azienda, condividendo quanto di più prezioso ha imparato nella lunga esperienza al servizio delle tante imprese assistite da Ecol Studio.

Gestire i rifiuti in azienda. Come organizzare la tua attività per prevenire rischi e sanzioni di Guido Fornari e scritto con il contributo dell'avvocato Angelo Merlin, uno dei massimi specialisti di diritto penale ambientale in Italia, è un manuale tecnico che si rivolge a tutti coloro che gestiscono i rifiuti all'interno di qualsiasi tipo di attività in Italia. Affronta la tematica da un punto di vista nuovo, differenziandosi dall'approccio esclusivamente normativo che contraddistingue la maggior parte delle pubblicazioni in commercio sull'argomento. È corredato infatti da un metodo pratico, lo Stress Test Rifiuti Ecol Studio, che illustra le procedure da mettere in pratica in azienda per ridurre al massimo i rischi nella gestione dei rifiuti, dedotte in più di 37 anni al servizio delle imprese. Un'utile guida che seleziona le informazioni più rilevanti e gli accorgimenti da mettere in pratica per essere sempre conformi nella gestione dei rifiuti.



**I MIGLIORI AUGURI  
DI BUONE FESTE E  
DI UN FELICE 2020**

**24ORE.it**

**RAVENNA24ORE.it**

**FERRARA24ORE.it**

**FORLÌ24ORE.it**

**ROVIGO24ORE.it**

**rimininews24.it**

# BUCCI INDUSTRIES

People, Passion, Technology



[iemca.com](http://iemca.com)



Impianti robotizzati per  
l'**automazione industriale**,  
medicale ed ospedaliera



[sintecorobotics.com](http://sintecorobotics.com)



**Caricatori automatici**  
di barre per torni di  
ogni tipologia



[vire.it](http://vire.it)



**Macchinari per il packaging**  
di prodotti igienici e per la  
produzione di cerotti



[giulianimachines.com](http://giulianimachines.com)



Produzione di parti  
in **materiali compositi avanzati**

[ribacomposites.it](http://ribacomposites.it)



**Macchine utensili,**  
**transfer** e macchinari per  
lavorazioni e montaggio  
serrature