



---

VIII edizione  
2018



**Premio  
DI PADRE IN FIGLIO**

**Il gusto di fare impresa**

## A proposito del passaggio generazionale nelle family business

“

Quello che erediti  
dai tuoi padri,  
riguadagnatelo,  
per possederlo.”

*Tratta dal Faust, W. J. Goethe  
(1749-1832)*



UNIVERSITÀ  
CATTOLICA  
del Sacro Cuore



CERiF (Centro di Ricerca sulle Imprese di Famiglia) si occupa in via esclusiva dal 2006, anno di costituzione di questo Istituto, di studiare le imprese familiari italiane, studi che indagano anche l'ecosistema mettendo in risalto le numerose sfide e criticità dell'impresa familiare.

Occorre conoscere a fondo le problematiche strategiche, finanziarie, psicologiche, giuridico-fiscali, organizzative e gestionali di tali imprese per fornire soluzioni di valore sul processo del passaggio generazionale. Pertanto la ricerca è diventata il nostro punto distintivo per le centinaia le imprese familiari di piccole e medie dimensioni che CERiF ha studiato. È “naturale” pertanto che gli sia stato affidato lo svolgimento della Survey intitolata “Premio di Padre in Figlio – Il gusto di fare impresa”.

I numerosi passaggi generazionali analizzati e studiati negli ultimi due anni, riferiti alla settima e ottava edizione del Premio, hanno fornito molteplici elementi di novità. Per limitarci agli elementi di eccellenza del 2018 possiamo in sintesi ricordarne alcuni:

- a) la gradualità della successione tra fondatore/titolare ed eredi caratterizzata da importanti elementi di discontinuità;
- b) l'introduzione di “novità” da parte della nuova generazione introducendo processi di managerializzazione, internazionalizzazione, innovazione di prodotto, ecc. stimolati ed alimentati da curiosità e passione;
- c) la presenza costante e continua dei “passaggi in rosa” caratterizzati da una strategia della crescita orientata alla modernità;
- d) la successione traumatica del(la) giovane erede che è subentrato(a) alla guida dell'azienda al posto del senior venuto a mancare all'improvviso per malattie o problemi di salute assai gravi;
- e) il percorso di studi e di importanti esperienze fuori e lontane (estero) dall'azienda familiare che l'hanno abituato all'ascolto prima che all'azione diretta e immediata, alla libertà e all'autonomia piuttosto che lavorare “sotto tutela paterna”.

In conclusione l'eccellenza è data da un lato dall'intelligenza, lungimiranza e cultura del senior e dall'altro lato dall'attitudine, personalità e capacità del junior. Tutti devono svolgere insieme a noi un ruolo molto importante: **creare una cultura della transizione generazionale**, soprattutto tra quegli imprenditori di PMI che per la prima volta affrontano la staffetta della successione.

Questo processo deve svolgersi e concludersi nella stragrande maggioranza dei casi con successo, perché è assai caro il prezzo dell'insuccesso. Quindi non fornire solo gli strumenti del caso ma facciamo nostro l'antico proverbio che dice “... se in riva al fiume vedi qualcuno che ha fame non regalargli un pesce...ma insegnagli a pescare.”



*In collaborazione con*

**CREDIT SUISSE**

**KPMG**

Credit Suisse Italy è parte del Gruppo Credit Suisse che opera nel Private Banking da oltre 160 anni e con una presenza in oltre 50 paesi. Un supporto che non ha confini, il Gruppo vanta infatti 300 uffici in 50 paesi del mondo e si affida al lavoro e all'esperienza di oltre 46 mila professionisti di 150 differenti nazionalità. Siamo presenti in Italia da oltre 20 anni con una presenza radicata nelle aree più produttive del paese. Culture, filosofie, modi di pensare, linguaggi che si amalgamano e si rafforzano l'uno con l'altro per raggiungere l'obiettivo della piena soddisfazione dei nostri clienti.

Credit Suisse ha realizzato uno degli studi più approfonditi e all'avanguardia sulle aziende famigliari, il "CS Family 1000". Secondo il Credit Suisse Research Institute le aziende famigliari hanno risultati migliori grazie a una visione di obiettivi di lungo periodo, a una crescita conservativa e a una migliore flessibilità operativa ed un minore ricorso al debito.

Credit Suisse si pone a supporto dei propri clienti nel navigare i momenti della vita professionale e famigliare con una consulenza evoluta che affianca imprenditori, famiglie e professionisti con attenzione, con riguardo e rispetto per le aziende e per i patrimoni che hanno realizzato. Siamo guidati da esperienza e da principi solidi, consolidati nel tempo con soluzioni che sono sempre il frutto di considerazioni nuove; non ci accontentiamo di schemi fissi e ripetitivi. Una convinzione che difendiamo in qualsiasi circostanza. Per questo siamo Partner dei nostri clienti e siamo al loro fianco con team di Consulenti personali e dedicati che sanno condividere necessità e progetti nei diversi cicli della vita.

KPMG è uno dei principali Network di servizi professionali alle imprese, leader a livello globale nella revisione e organizzazione contabile, nella consulenza manageriale, nei servizi fiscali, legali e amministrativi. È presente in 154 paesi del mondo con oltre 200 mila professionisti.

Le società aderenti al Network KPMG condividono standard d'eccellenza su temi professionali, etici, deontologici e di risk management, operando con la necessaria e completa autonomia gestionale nei rispettivi mercati nazionali. Con questo modello la formula 'globale e locale' si traduce in un'effettiva maggiore qualità del servizio per i clienti.

In Italia, KPMG da 60 anni è al servizio della crescita di imprese, banche, assicurazioni ed enti pubblici. Oggi, con oltre 4 mila professionisti, 200 Partner e 26 sedi sull'intero territorio nazionale è la più importante piattaforma di servizi professionali attiva nel nostro Paese.

KPMG offre un portafoglio completo di servizi che vanno dall'attività di revisione e organizzazione contabile, alla consulenza direzionale su strategie, finanza, organizzazione, risk management e innovazione tecnologica, fino ai servizi fiscali e legali. Grazie ad un approccio integrato e multidisciplinare, KPMG punta a fornire sempre risultati concreti e misurabili che migliorano la competitività delle imprese.

Oltre all'attività professionale, KPMG si propone di trasformare la conoscenza in valore per tutti gli *stakeholder*. Per questo promuove un'intensa attività di studio e ricerca sui principali temi del business con l'obiettivo di anticipare i trend del mercato.



*Con il contributo di*



*Con il supporto scientifico di*



*Media Partner*





## La ricetta Bauli: visione di lungo termine



“

Io non ho creato il prodotto, ma ho una visione aziendale e so che l'azienda è un insieme di numeri correlati che vanno conosciuti molto bene.”

*Alberto Bauli*

Alberto Bauli rappresenta la seconda generazione della Bauli, di cui è presidente, celebre azienda dolciaria di Verona, fondata nel 1936 dal padre, il pasticcere Ruggero Bauli. Il gruppo ha visto i figli e i nipoti proseguire l'attività iniziata dal nonno, raggiungendo un fatturato di 446 milioni di euro (con un Ebitda dell' 11%), 1.500 addetti e il controllo di circa un terzo del mercato dei panettoni, pandori e colombe pasquali.

Il passaggio generazionale è cominciato tre anni fa, con la collaborazione di una società di consulenza che ha implementato l'operazione.

Il patrimonio familiare è stato diviso dall'azienda, che oggi poggia non solo sulla famiglia, che mantiene un presidio importante da azionista e esprime la presidenza e la vicepresidenza del gruppo (oltre ad avere membri nel cda), ma anche sui manager; l'amministratore delegato di Bauli, Stefano Zancan, è stato chiamato dall'esterno, dalla multinazionale americana Mars.

«In Bauli c'è una abitudine consolidata alla managerializzazione - spiega Michele Bauli, terza generazione della famiglia, nipote di Alberto, vice presidente operativo dell'azienda nonché presidente di Confindustria Verona -. Il buon passaggio generazionale è stato possibile proprio per questo». Ma c'è dell'altro: «In famiglia ci siamo sempre parlati molto - aggiunge Michele -, c'è sempre stato dialogo e molto buon senso e questo ha favorito un clima di fiducia entro il quale si è maturato un passaggio di consegne più semplice. Certo il distacco è traumatico, il passaggio formale deve avvenire; ma se nel tempo cresce la fiducia reciproca e si costruisce una visione a lungo termine dell'azienda, il passaggio generazionale riesce». La gradualità e la preparazione nel tempo sono senz'altro armi vincenti.

In Bauli l'innovazione è sempre stata presente: dal primo stabilimento industriale, negli anni Cinquanta, agli investimenti pubblicitari degli anni Sessanta, alla strategia delle acquisizioni, fino alle operazioni di internazionalizzazione - attualmente il gruppo ricava dall'export appena il 10% del fatturato. Va in questa direzione la recente apertura di uno stabilimento in India (20mila metri quadri e 200 addetti) per sondare e produrre per il mercato asiatico. Bauli è una vera e propria eccellenza del made in Italy. Lo spiega bene la motivazione del premio Cerif-Cattolica consegnato ieri nelle mani del vicepresidente Michele: «Per aver gestito il passaggio generazionale della terza generazione con tempi e metodi eccellenti.

Ottima anche la scelta della struttura di governance che ha permesso ai tre rami familiari di esprimere autonomi candidati nel consiglio di amministrazione familiare senza coinvolgere operativamente i numerosi esponenti della famiglia Bauli. Infatti ciò ha consentito una duratura guida della famiglia sia nei processi interni attraverso gradi di managerializzazione avanzati che nei processi di internazionalizzazione edificando stabilimenti extra europei»





## Il valore della famiglia da generazioni

Orgogliosa della propria storia di successo e simbolo di successo del "Made In Italy", Adelaide S.p.A. guarda al futuro con ottimismo, cercando di unire innovazione tecnica e un patrimonio storico – culturale che poche aziende familiari possono vantare.



**Tradizione, Qualità e Affidabilità** sono le tre parole che meglio descrivono Adelaide S.p.A. Con oltre 150 anni di Storia, il gruppo Finco risulta la Conceria a conduzione familiare più longeva d'Italia, essendo giunta alla Sesta generazione. La fondazione della Conceria Bernardo Finco viene ufficialmente attestata al 1865 presso il comune di Gallio (VI), anche se vi sono testimonianze di Concerie sull'Altopiano dall'inizio di 18° secolo.

Nel 1946, al termine della guerra, la conceria riprende l'attività di pelletteria nel centro di Bassano del Grappa, dieci anni più tardi viene inaugurato lo stabilimento attuale presso la frazione di San Lazzaro. La crescita dell'attività è continua nel tempo, fino ad arrivare ad un importante step nel 1998: l'apertura al mercato di arredamento statunitense. Nel 2015 vengono raggiunti i 150 anni di attività.

Leader mondiale nella produzione di cerati ed oliati per arredamento, la Conceria Finco oggi è attiva sia nel settore della lavorazione che nel commercio di pelli bovine; principali mercati di sbocco sono l'arredamento imbottito ed il settore alberghiero e dell'hospitality, nonché l'ambito della componentistica accessoria per calzature e per oggetti in pelle (portafogli e cinture, ad esempio), nonché nella carrozzeria come after-market.

Caratteristica delle produzioni del gruppo sono l'origine esclusivamente Europea del mercato di approvvigionamento e la vocazione alla fascia alta del mercato, da cui la costante ricerca della migliore qualità ad un prezzo competitivo. Ciò si riflette in articoli che per la maggior parte utilizzano pelli in pieno fiore e pura anilina per la produzione dei caratteristici fiori cerati ed oliati, celebri per avere il cosiddetto effetto "pull-up", molto apprezzato nell'alta fascia della clientela.



## Quality Naturally

Le politiche di sviluppo dell'azienda sono orientate alla crescita in nuovi mercati internazionali, al recupero di efficienza nei processi produttivi al fine di raggiungere un controllo dei costi in coerenza con la moderna filosofia 4.0 e introdurre nuovi prodotti sul mercato abbinati a packaging innovativi.

La storia di Besana affonda le sue radici nel 1921 e dopo quasi un secolo l'azienda è rimasta un'impresa familiare alla sua 4° generazione.

Sin dall'inizio della sua storia, Besana ha manifestato la vocazione internazionale. Già negli anni '30 i due fratelli si espansero in America e Oriente permettendo alla compagnia di espandersi su scala mondiale, successo ottenuto grazie agli investimenti nelle più avanzate tecnologie e alle forti doti imprenditoriali. La strategia di ampliare il range produttivo offrendo al proprio target di mercato una vasta gamma di prodotti ha portato la Società a diventare, nel corso degli anni, Leader in Italia e tra le principali aziende a livello mondiale nel settore della produzione, lavorazione e commercializzazione di frutta secca ed essiccata.

Oggi Besana, il cui head quarter è da sempre a San Gennaro Vesuviano (Napoli), produce 120 milioni di confezioni singole ogni anno. Besana ha sempre lavorato a stretto contatto con agricoltori



e coltivatori nazionali e internazionali che riforniscono prodotti provenienti da vari paesi e continenti ed è da sempre coinvolta in attività di cooperazione per lo sviluppo e il miglioramento della produzione e commercializzazione di frutta secca, semi e cioccolato in diverse regioni del mondo.

L'impatto sociale del Gruppo, in termini di occupazione, è importante, con i suoi 400 dipendenti diretti e un grande indotto (in Italia e all'estero).

I consumi di frutta secca e frutta essiccata, come afferma l'Inc - Consiglio internazionale della frutta secca (+5,8%) ed essiccati (+4,4%), saranno in crescita per la prossima campagna 2018/2019. I prodotti più performanti saranno mandorle, noci, pistacchio, nocciole, anacardio, raccolta esigua per noci del Brasile e pinoli. Più moderata la crescita nella produzione di arachidi, che crescerà di un 1,8%.





## Protagonisti nella logistica a 360 gradi

Quattro sono i pilastri del business di Brivio & Viganò: soddisfazione del cliente, innovazione costante, qualità del servizio offerto e customizzazione del servizio (logica "Tailor Made"). I numeri raccontano una storia di successo: più di un milione di consegne all'anno, per più di 650 clienti e con un fatturato superiore ai 115 milioni di Euro.

Tra i più dinamici operatori nel settore della logistica alimentare, con un'esperienza di oltre 37 anni, Brivio & Viganò è presente quotidianamente su tutto il territorio nazionale grazie ad un network logistico consolidato. Driver competitivo per lo stoccaggio e il trasporto, B&V progetta, implementa e realizza soluzioni su misura per la supply chain, sia per la Distribuzione Organizzata che per l'Industria.

Le origini dell'Azienda risalgono alla metà degli Anni '70 quando i due fondatori Giovanni Viganò e Luigi Brivio, noti per la loro serietà e professionalità, entrano in contatto con il responsabile della Distribuzione del Gruppo Unes, che allora contava otto punti vendita. **La storia ed il successo di Brivio & Viganò coincidono con la fase di sviluppo della Grande Distribuzione Organizzata:** cambiano i modelli distributivi, nascono i primi trasportatori specializzati, che nel tempo si sono trasformati negli attuali leader di mercato.



Una crescita supportata, da un lato, dall'esplosione del fenomeno, che vede almeno un moderno supermercato per ogni città ed il diffondersi dei primi ipermercati e, dall'altro, dalla lungimiranza della Direzione di Brivio & Viganò, che ha affiancato numerosi servizi di Logistica Integrata alla pura attività di Trasporto, per soddisfare ogni esigenza della Clientela. Oggi l'Azienda riveste un **ruolo di primaria importanza** nel settore ed è riconosciuta in qualità di partner serio ed affidabile in grado di offrire un servizio completo.

Consapevoli dell'importanza della vision aziendale, nonché della **mentalità strategica basata su decisioni a lungo termine**, le due famiglie nelle persone di Stefano e Mauro Brivio (a sinistra Stefano, a destra Mauro) e di Giovanni Viganò, sono da sempre impegnate nell'innovazione. La principale sfida consiste nel **consolidare il business del trasporto e rafforzare la logistica di magazzino e la distribuzione alimentare freschi, all'interno del territorio italiano e non solo.**



## La soluzioni per ogni esigenza

Cappelotto S.p.A. è un'impresa italiana leader nel settore della produzione di allestimenti su autotelai per l'aspirazione degli scarichi fognari, la pulizia idrodinamica delle canalizzazioni e delle condotte, per l'aspirazione delle polveri e di materiali solidi e per il trasporto di rifiuti pericolosi.



La Società viene fondata da Pietro Cappelotto nel 1953, anno in cui i protagonisti risultano essere l'impegno e dedizione per lo sviluppo di prodotti innovativi e la garanzia su qualità totale applicata in ogni fase produttiva. Tradizione che ancora ad oggi rimane invariata in quanto il focus aziendale rimane puntato sulla perseveranza che ha permesso all'impresa di svilupparsi in tutto il mondo.

La società continua a crescere negli anni 90 grazie all'ingresso nei mercati Europei ed Extra-Europei ed inaugura il primo stabilimento a Fontanafredda nel 2002 dedicato alla fase di carpenteria (costruzione di cisterne). Nel 2015 viene inaugurato il secondo stabilimento a Fontanafredda dedicato interamente ai servizi post-vendita e incentrati sull'attenzione dedicata ai clienti.

A maggio 2017, dopo 64 anni di attività e impegno, la Cappelotto S.p.A. è composta da un organico di circa 230 unità; vede un fatturato di circa di 49.6 milioni e tocca più di 30 nazioni, dal Sud

America all'Oceania grazie ad una rete di agenti e distributori specializzati che consentono una piena copertura su tutti i principali mercati mondiali.

I prodotti offerti dalla Cappelotto possono essere utilizzati da diversi attori del mercato: dal settore civile per la pulizia delle fognature e delle canalizzazioni; da acciaierie per l'aspirazione polveri, materiali ferrosi e inerti; da cantieri navali per la pulitura interna delle cisterne/stive; da impianti di estrazione petrolifera per l'aspirazione degli idrocarburi, dell'acqua e degli scarti liquidi dai pozzi; da Società autostradali per la raschiatura del manto stradale.

L'obiettivo finale, dunque, è quello di abbracciare il più possibile le esigenze dei clienti e soddisfarle in maniera completa, offrendo supporto a 360° ed implementando le necessità con soluzioni alternative e moderne.





## Insieme si cresce

Risultato: giro d'affari aumentato, con un fatturato attestatosi a 184,7 milioni e con un utile netto di 7,3 milioni. L'utile verrà reinvestito in azienda per uno sviluppo sostenibile nel lungo periodo. Il raggio d'azione di Carron è a 360 gradi, ma l'obiettivo resta sempre quello di "dare nuovo valore al territorio".

Quella del Gruppo Carron è una storia che si poggia sulle solide fondamenta costruite dal Cav. Angelo Carron a partire dal 1963, nella sede storica di San Zenone degli Ezzelini, Treviso. Attivo da oltre cinquant'anni nel campo dell'edilizia, restauro e grandi opere su tutto il territorio nazionale, il Gruppo Carron impiega 233 dipendenti e attraverso i vari cantieri, genera un indotto che dà lavoro a circa mille persone ogni giorno.

L'impresa, anche per il tramite del passaggio generazionale "dal padre ai figli", avvenuto nel 2001 con il subentro nella gestione dei cinque figli ha continuato ad allargare il suo raggio d'operatività, sviluppandosi negli anni per dimensioni, portafoglio ordini e valore di produzione, consolidando il trend positivo che ha portato l'azienda ad affermarsi tra le prime quindici società leader del comparto in Italia.

Nel 2010 l'azienda ha inoltre contribuito al processo di ricostruzione dell'Aquila a seguito del terremoto.

Nel 2017 l'azienda ha consegnato il nuovo polo logistico Gucci di Scandicci e il restauro dell'ex Palazzo delle Poste a Milano dove aprirà la prima sede italiana di Starbucks solo per citare alcune tra le più importanti opere realizzate.

Tra gli obiettivi che l'azienda persegue da sempre, la trasparenza delle informazioni finanziarie verso gli stakeholder, a partire dalla redazione del bilancio di legalità, dal rispetto di un codice etico e dall'ottenimento del rating di legalità, che consentono all'impresa di presentarsi come player ideale nell'instaurazione di nuove relazioni commerciali.

Un percorso di costante crescita che vede via via l'azienda impegnata, tra i tanti interventi, nella realizzazione di edilizia civile aeroportuale, ospedaliera, scolastica, direzionale e terziario, nonché restauri e ristrutturazioni.



## Il packaging più democratico del mondo

Situato in Piemonte e con siti produttivi in Brasile e negli USA, Cavanna Packaging Group è specialista nelle soluzioni integrate per il confezionamento alimentare e farma-cosmetico in flowpack.



Ad oggi leader mondiale, nel 1960 è stata la prima società in Italia e tra le prime in Europa a proporre sul mercato questa tipologia di confezionamento. Punto di forza del Gruppo è la capacità di progettare linee e sistemi completi a media/alta velocità a partire dalle linee di processo fino al confezionamento per un'ampia varietà di formati. Le installazioni del Gruppo a livello mondiale ammontano oltre 5.000 fra linee complete e macchine, il fatturato medio degli ultimi tre anni è di 50 milioni di euro.

Creata da un'intuizione di Mario Cavanna nel 1960, Cavanna S.p.A. nasce per sviluppare la tecnologia delle confezionatrici in **flowpack** presso le principali aziende agroalimentari italiane, allora in rapida ascesa grazie alla diffusione dei punti vendita della grande distribuzione. Progressivamente l'azienda estende la gamma delle soluzioni agli step a monte e a valle della flowpacker, grazie a collaborazioni con importanti gruppi italiani.

Il flowpack è una tipologia di **confezionamento a basso costo**, che consente di utilizzare minori quantità di materiale rispetto ad altre tipologie di packaging. Tale tipologia di imballo rappresenta l'**area tecnologica d'eccellenza** del Gruppo.

A partire dal 2001, la seconda generazione entra a pieno titolo nella gestione dell'azienda. La famiglia Cavanna controlla il 100% dell'azienda ed è proattiva nell'apportare standard gestionali e forme di controllo sia finanziario sia tecnico allineati a quelli di grandi gruppi internazionali.

L'ultimo capitolo appena scritto della storia di Cavanna è la decisione di costituire il **Gruppo**, rafforzato dall'acquisizione di marchi e attività di Synchrosys e dal potenziamento delle partnership sui materiali d'incarto, sulla meccanica e l'elettronica.





Gas



Luce



Servizi



Immobili



## Solidità, esperienza e affidabilità

Il Gruppo CGI conta 260.000 clienti, 740 milioni metri cubi di gas e 760 milioni di kilowatt di energia elettrica venduti, 37 sportelli operativi, oltre 300 dipendenti, 380 milioni di fatturato e un Rating A3.1. Il gruppo punta a rafforzare la propria attività anche in altri settori, e a divenire un punto di riferimento per la comunità e il territorio in cui opera.



Parte negli anni '70 l'avventura di Gianfranco Curti che inizia la sua attività fondando Metanfriuli srl e contribuendo all'attività di metanizzazione del Friuli Venezia Giulia. Negli anni '90 ha proseguito l'espansione con la costituzione di STI Spa, uno dei primi esempi di società a partecipazione mista tra Enti Pubblici e privati investitori. Il Gruppo oggi vanta un giro d'affari di oltre 380 milioni di euro, occupa 300 persone e conta 260 mila clienti. Nel 2016, tramite la controllata Bluenergy, ha fatto il suo ingresso nel progetto "Elite" di Borsa Italiana, la community del London Stock Exchange Group che ha accolto oltre 500 aziende unite dalla sfida di rappresentare l'eccellenza imprenditoriale italiana. Le principali società del Gruppo sono:

- CGI, Holding;
- Gas Sales, che si occupa di commercializzazione di gas metano ed energia elettrica in Emilia Romagna e nel Bresciano;
- Bluenergy Group, la Spa che ha come core business la vendita di gas metano ed energia elettrica, con focus nel Nord Est;
- Rettagliata Gas e Luce, è una storica realtà attiva nel mercato

dell'energia dal 1908;

- Bluenergy Assistance, la ESCO che opera nella progettazione ed installazione di impianti termoidraulici e sistemi di controllo per il comfort e il risparmio energetico;
- CIEL, la ESCO specializzata nell'impiantistica elettrica, con focus nella riqualificazione energetica per l'Illuminazione Pubblica;
- Rettagliata Tech, attiva nel settore della termotecnica e dei servizi post contatore nell'area milanese;
- Bluenergy Home Service che propone una linea di erogatori d'acqua per la casa e l'ufficio;
- Mitica, partnership con la famiglia Busca, costituita nel 2016 ricerca nuove opportunità di investimento nel settore industriale e immobiliare; nel 2017 ha acquisito il controllo di Logicon Srl che opera nel settore del packaging e del processing alimentare. Mitica è altresì parte di Ethica Investment Club (EIC) la Holding costituita da un pool di imprenditori italiani e che si propone come aggregatore di competenze e di risorse finanziarie, per supportare la crescita di piccole e medie aziende italiane.



## Crescere. Sempre. Comunque

A quasi 90 anni dalla sua fondazione e con elevatissimi ritmi di crescita, Comoli Ferrari resta azienda familiare fedele ai suoi principi ispiratori: fiducia e correttezza, base di dialogo con tutti i suoi interlocutori.

Comoli, Ferrari & C. Spa è un'organizzazione ai vertici nazionali del mercato delle forniture elettriche per industrie, artigiani e rivenditori. Fondata a Novara nel 1929 oggi conta oltre 112 filiali dislocate in 8 diverse regioni, 350.000 articoli a catalogo e oltre 1000 collaboratori. Con il suo efficiente sistema distributivo, la sua struttura logistica in continua espansione e il suo personale altamente qualificato, è in grado di offrire la migliore risposta a ogni richiesta di materiale elettrico.

Grazie a un costante e attento ascolto delle esigenze del mercato, Comoli Ferrari ha saputo ricavarne un ruolo da protagonista sullo scenario nazionale. Oggi il suo obiettivo è quello di consolidare le posizioni raggiunte e di espandersi gradualmente in tutto il nord del paese e oltre, con l'attuazione di un piano di acquisizioni e aggregazioni delle piccole-medie realtà già esistenti. Nel 2009 la società ha portato a termine un'importante mossa strategica con l'acquisizione del gruppo GDT Elettroforniture.



Nel 2015 l'azienda si è ulteriormente espansa attraverso l'acquisizione del gruppo Mauri. In quest'ottica il numero di filiali è cresciuto da circa 30 nel 2005 a oltre 112 nel 2018.

Sempre attenta all'innovazione Comoli Ferrari ha fondato Il 3E LAB ("three-ee lab"), il laboratorio delle tre E che vuole essere la sintesi di Ecologia, Energia, Elettricità.

Focalizzandosi sulle relazioni Comoli Ferrari ha creato nel 2002 "Elettrica", una manifestazione per riunire e mettere in contatto i diversi soggetti operanti nell'ambito della distribuzione di materiale elettrico: una fiera dove le imprese possano presentare la loro produzione e i destinatari, protagonisti dell'installazione, possano confrontarsi direttamente con loro, esponendo esigenze e proposte.





## **Diemme: il caffè dall'aroma padovano.**

Una continua e scrupolosa attività di laboratorio, condotta con la passione per il mondo della caffetteria e la cura propria dell'artigiano: Diemme crea e studia le proprie miscele di caffè, blend ricercati, studiati nelle origini e nel livello di tostatura per ottenere profili aromatici e di gusti unici in tazza.

L'azienda di torrefazione Diemme Industria Caffè Torrefatti S.p.A. nasce nel 1927 per mano di Romeo Dubbini e dell'amico Mario Malagoli: il nome dell'azienda, nato inizialmente come "D.M." dalle iniziali dei cognomi dei due fondatori, nel tempo diventerà "Diemme". Dopo qualche anno la proprietà passa completamente nelle mani della famiglia Dubbini, che per il tramite di tre generazioni ne ha guidato le evoluzioni e la crescita nel tempo, diffondendo la cultura e il piacere del buon caffè in oltre 40 Paesi nel mondo.

È soprattutto per mano del padre Giulio, che l'impresa di famiglia si trasforma in un moderno complesso industriale votato alla produzione di caffè tostati d'eccellenza. Nel 1997 i figli Giannandrea e Federico prendono le redini dell'azienda: starà a loro, la terza generazione Dubbini, cresciuta giocando tra i sacchi di caffè crudo, interpretare le nuove sfide del mercato mantenendo intatti i valori della tradizione.



Ma non solo: completano l'offerta di caffetteria miscele e selezioni speciali per infusi e tisane, orzo e caffè al ginseng, cioccolate aromatizzate, zuccheri, nonché cioccolatini e biscotti da offrire come deliziosi gesti di cortesia in accompagnamento al caffè.

Oggi il gruppo Dubbini, pur mantenendo come core business la propria attività di torrefazione, partecipa attivamente in altre società da essa controllate operanti nell'ambito della ristorazione/bar all'interno di centri commerciali e nella gestione diretta di alcuni prestigiosi locali, acquisendo una grande e più completa esperienza nella gestione dei pubblici esercizi, dalle classiche caffetterie, ai bar, alla vera e propria ristorazione, riuscendo così ad essere ancora più vicino ai clienti.

Vivere il caffè in tutte le sue espressioni, tessere relazioni con il territorio, creare i luoghi del gusto: questi sono gli obiettivi di Diemme.



## Tutto il buono di una volta

L'obiettivo della Di Leo Pietro S.p.A. è quello di continuare a crescere ed essere sempre più un'impresa in espansione che opera integrando innovazione e tradizione con materie prime di elevata qualità.

Il primo documento ufficiale risale ad un atto notarile del 1663, che associa il nome della famiglia Di Leo al mestiere di fornaio. Nel 1860 inizia la produzione di prodotti da forno. Negli anni Sessanta si trasformò in azienda, la Di Leo Pietro s.n.c. che fu gestita da Domenico e Vitantonio Di Leo. Nel 1990 inizia la produzione industriale di prodotti senza olio di palma, divenendo la prima azienda in Italia a dichiarare in etichetta l'assenza di olio di palma.

La Società dal 2010 ha iniziato a valorizzare la sua strategia di differenziazione finalizzata a proporre ai propri clienti qualcosa di diverso rispetto all'offerta dei competitor, a cui essi attribuiscono un valore. In un mercato in cui i follower seguono una strategia me-too dei formati di maggior successo sul mercato, Di Leo si differenzia a scaffale.

I prodotti della "Di Leo" sono diversi nelle ricette, nelle forme, negli ingredienti, ma tutti accomunati dalla capacità di far rivivere

a chi li assapora "tutto il buono di una volta". Il taglio filo con trafilatura in bronzo è un'antica tecnica che la famiglia Di Leo si tramanda di generazione in generazione.

Di Leo opera principalmente in Italia, realizzando circa il 90% del suo fatturato, dove è l'ottava marca di biscotti a livello nazionale, quinta azienda nel Sud Italia, terza azienda in Puglia dove è leader nel segmento salutistico integrale. I principali Paesi sul mercato estero sono: Australia, Israele, Canada e il suo target aziendale è la GDO che rappresenta circa l'88% del suo volume d'affari.

Nel 2015 realizza un fatturato di €14 milioni e l'anno successivo l'azienda entra nel programma 'Elite' di Borsa Italiana, arrivando ad una chiusura di bilancio nel 2017 con ben €17 milioni di fatturato. L'Azienda conta 48 dipendenti e circa 2,4 milioni di consumatori.





**DONNAFUGATA®**



© Fabio Gambina

**Dalla vigna alla bottiglia,  
non c'è qualità senza sostenibilità.**

Donnafugata non usa diserbanti e concimi chimici, produce energia pulita e calcola la Carbon Footprint per monitorare e ridurre il proprio impatto ambientale. Calcolare la Carbon Footprint dei propri vini ed esporre la certificazione su ogni bottiglia è un impegno nei confronti del consumatore.

Donnafugata nasce in Sicilia dall'iniziativa di una famiglia che, con passione, ha saputo rivoluzionare lo stile e la percezione del vino siciliano nel mondo. Giacomo Rallo - quarta generazione di una famiglia con oltre 160 anni di esperienza nel vino di qualità - fonda Donnafugata nel 1983 insieme alla moglie Gabriella, e continua a seguire l'azienda con grande lungimiranza fino alla sua scomparsa nel maggio 2016. Oggi la quinta generazione - José e Antonio - guida una squadra di persone ricca di competenze e fortemente motivate a rappresentare l'eccellenza del Made in Italy nel mondo, raccogliendo sempre nuove sfide.

Con l'introduzione della vendemmia notturna delle uve Chardonnay nella tenuta di Contessa Entellina Donnafugata punta innanzitutto alla riduzione dei consumi di energia: sfruttando l'escursione termica tra il giorno e la notte, si abbattano del 70% i consumi energetici per il raffreddamento delle uve prima della pigiatura. Sempre sulla strada della sostenibilità l'azienda ha inoltre

rinunciato ad usare diserbanti e concimi chimici e ha ridotto al minimo l'utilizzo di fito-farmaci grazie a tecniche di lotta integrata, come il monitoraggio dei parametri climatici (precipitazioni, temperatura, umidità etc) e il controllo degli insetti presenti in vigna, attraverso l'utilizzo di trappole a feromoni.

Donnafugata rende da sempre omaggio alla storia e alla bellezza del proprio territorio; lo fa traendo spunto dalla letteratura, promuovendo la ricerca archeologica e l'arte. Donnafugata ha sostenuto il Premio Letterario Tomasi di Lampedusa e dal 2000 supporta la Scuola Normale di Pisa finanziando il Premio Giuseppe Nenci assegnato ai migliori studi archeologici sulla Sicilia.

Ogni bottiglia di Donnafugata è un racconto fatto di emozione, un tessuto sensoriale che si percepisce nell'assaggio e resta nel cuore e nella mente. Un desiderio di produrre vini piacevoli e complessi, capaci di rappresentare al meglio la Sicilia nel mondo.



## L'eleganza made in Italy

Il calzaturificio Doucal's nasce nel 1973 a Montegranaro, nelle Marche, dalle mani operose di Mario Giannini. L'azienda si è sviluppata nel corso dei decenni e da realtà artigianale si è trasformata in una solida impresa internazionale che attualmente è seguita e sviluppata dalla seconda generazione della famiglia Giannini.



La passione del fondatore per le calzature con stile inglese lo hanno portato negli anni settanta in Inghilterra nel distretto calzaturiero del *"British Shoes Manufacturer District"* per un periodo di formazione e apprendistato su tutto ciò che era ed è *"handmade good year"*. In quegli anni il fondatore ha appreso tutti i segreti delle diverse costruzioni, le regole dello stile *"british"* così influente sul mercato europeo e internazionale e soprattutto la passione per i dettagli e la cura delle calzature.

Rientrato in Italia ha trasmesso nella sua piccola realtà artigianale quella dedizione, puramente britannica, rivolta alla perfezione vista ed apprezzata nella sua esperienza. Per onorare l'autenticità respirata e vissuta, ha deciso di modificare il nome del marchio da "Duca" in "Doucal's", donandogli quel respiro internazionale che tanto aveva sognato.

L'ingresso dei figli in azienda risale alla fine degli anni novanta. Jerry e Gianni Giannini accettano la sfida di portare avanti

il sogno di Mario, il quale ha stimolato la ricerca di nuove tendenze e di nuovi sbocchi di mercato nel rispetto della tradizione e del sapore antico.

Le calzature Doucal's si sono affermate nei principali mercati mondiali e l'export dell'azienda rappresenta la quota maggiore del fatturato.

L'azienda è costantemente impegnata in nuovi programmi e progetti di sviluppo che coniugano sapientemente il passato e il futuro, l'artigianalità e la tecnologia, con l'obiettivo di consolidare i risultati raggiunti e guardare con entusiasmo ed ottimismo al futuro, proprio come ha sempre fatto Mario.

L'azienda nel corso del tempo ha vissuto un equilibrato percorso di crescita del fatturato e in maniera correlata è cresciuta la forza lavoro dell'azienda.





## 2023: la Vision per il Futuro

Questa è la nuova sfida a cui FITT ha deciso di rispondere con carattere e determinazione: valorizzare la storia per scrivere un futuro nuovo. Una staffetta incredibile di padre in figlio, da capitano d'industria a capitano d'impresa, giocata sul coraggio, la spinta all'innovazione e l'inesauribile energia e genialità di entrambi.



Nata 50 anni fa dall'intuito di Rinaldo Mezzalira, oggi FITT detiene la leadership mondiale nella produzione di tubi in materiale termoplastico per il giardinaggio, per l'edilizia e per le esigenze professionali nel mondo dell'industria.

Tra gli anni '70 e '90 FITT si espande in Europa e negli anni 2000 sigla alcune partnership che le hanno permesso di avere una presenza globale. Grazie a una rete commerciale articolata fra sedi locali, poli logistici e partner commerciali e tecnologici, FITT è presente in 30 paesi in Europa, Asia, Stati Uniti e Oceania.

Da 10 anni FITT è guidata dal figlio Alessandro Mezzalira, che ha preso le redini dell'azienda all'età di 33 anni e che ha consolidato la crescita e l'internazionalizzazione del gruppo, trasformandolo in una realtà manageriale e orientata al futuro con Vision al 2023, i cui pilastri fondanti sono: la creazione del brand FITT e di tutti i suoi brand di prodotto; la rivoluzione digitale - sia di sistemi che di canali di comunicazione;

l'innovazione - intesa sia nello sviluppo di prodotti che mettano le necessità dell'utilizzatore finale al centro sia di metodi di comunicazione; il focus rispetto ai diversi segmenti e quindi modelli di business.

Alla Vision è stato subito accostato un set di valori che ne guidano la realizzazione, e che sono stati individuati in modo collettivo con un'indagine condotta in modalità bottom-up, inaugurando così il nuovo stile di leadership con la cultura partecipativa, che ha cambiato i connotati della vita aziendale.

Oggi il gruppo è impegnato a consolidare il senso di appartenenza all'organizzazione raggiungendo anche le filiali più periferiche; sta affinando le proprie strategie di conquista di nuovi mercati esteri strategici quali gli Stati Uniti e il Giappone.





## La forza dell'innovazione con le certezze della tradizione

Forte della tradizione e delle origini, la Governance guarda al futuro in modo proattivo, sostenuta dalla nuova generazione che contribuisce a fare di Globalpesca una realtà dinamica ed innovativa che guarda avanti senza dimenticare la storia di successo passata.



Nei primi del '900 la famiglia Ruffoni inizia la propria attività di commercio di pesce fresco all'Isola dei Pescatori, sul Lago Maggiore, vendendo ai ristoranti il ricavato della pesca notturna.

L'attività di famiglia viene tramandata di generazione in generazione e nel 1960 si sposta a Baveno, dove la **Ruffoni snc** prende il posto della ditta individuale rimanendo fedele alla tradizione, che ha saputo conquistare la stima e la fiducia di una vastissima ed esigente clientela, tra cui i Grandi Hotel delle sponde del lago che attraevano turisti raffinati ed elitari.

La vocazione imprenditoriale della famiglia, porta alla costituzione nel 1972 di un'azienda per la lavorazione e la surgelazione di prodotti ittici a Gravello Toce: **Globalpesca Srl** che nel 1988 viene fusa per incorporazione con la Ruffoni Snc.

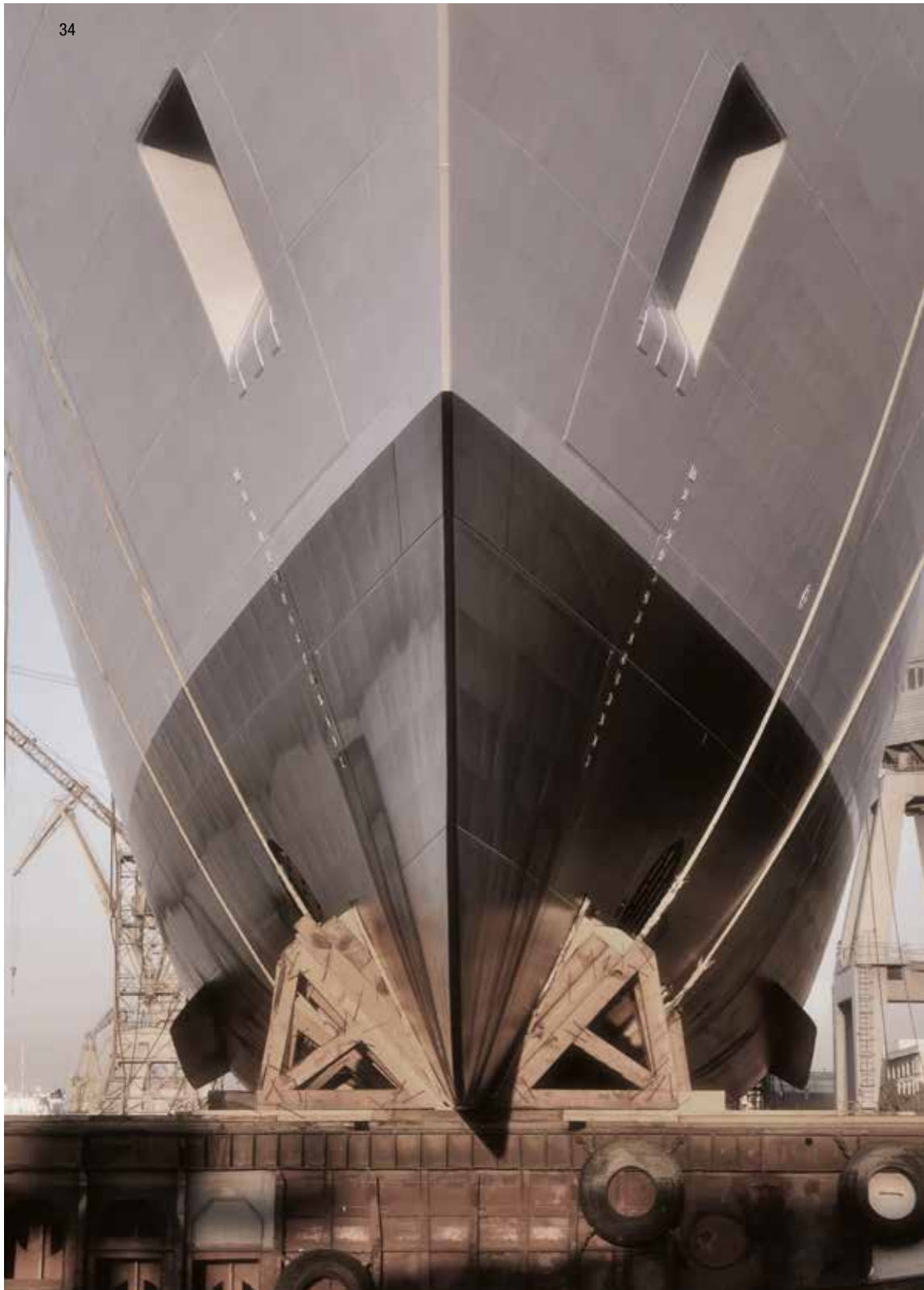
Con l'inserimento di una vasta gamma di prodotti commercializzati quali: carne fresca, salumi, formaggi, paste e farine, fino ad

arrivare ai prodotti da forno e dolciari, la quota di mercato si è via via consolidata e l'aumento del fatturato ha portato alla decisione nel 2001 di trasformare Globalpesca Srl in **Globalpesca S.p.A.**. Da allora l'azienda viene sempre più riconosciuta come un punto di riferimento nel settore Ho.Re.Ca. del territorio, sia per la qualità dei prodotti commercializzati, sia per la qualità dei servizi offerti alla propria clientela.

La mission di Globalpesca è raggiungere le cucine dei numerosi clienti con prodotti di qualità. Negli anni l'innovazione tecnologica ha permesso di migliorare il servizio fino al raggiungimento degli elevati standards qualitativi attuali.

Nel 2014 è stato inaugurato il primo magazzino automatizzato **SMARTER #1** con il quale vengono evasi 9.000 colli giornalieri e nel 2018 è invece partito **SMARTER #2** grazie al quale si prevede di gestire fino a 18.000 colli giornalieri.





## 30 Anni tra Cuore ed Impresa

I punti di forza della società sono il raggiungimento di elevati livelli di soddisfazione del committente, la creazione di un valore condiviso, la ricerca dell'innovazione mediante continui investimenti in Know-how, forte competitività grazie a continue sinergie con partner qualificati, abilità tecnica e tanta passione.



Fondata dall'imprenditore partenopeo Antonio Del Sorbo, la Idal Group nasce per raggruppare e valorizzare le significative esperienze acquisite nel corso degli anni, nella progettazione, realizzazione e manutenzione di impianti tecnologici speciali e allestimento aree pubbliche, nei settori navale, civile ed industriale. Fiera del suo operato e dei risultati raggiunti, nel 2015 l'azienda festeggia i primi 30 anni di attività.

La crescita aziendale avviene grazie alla presenza di molti collaboratori motivati e a rafforzare la squadra sono stati i figli Anna, Domenico e Gabriele, che rappresentano la seconda generazione della realtà partenopea. Il passaggio generazionale si realizza gradualmente nel corso degli anni ed in contemporanea con la crescita aziendale.

Tra cuore ed impresa, tra tenacia e coraggio si cresce sul mercato nazionale aprendo gli orizzonti a nuove sfide internazionali, con l'obiettivo di portare il "Made in Italy" nel mondo.

Nel 2016 nasce una subsidiary in Canada e nel 2017 una società operativa nel Baltico. L'azienda si pone come obiettivo la soddisfazione del cliente finale e pertanto ha implementato un sistema di gestione della qualità aziendale conforme allo standard internazionale ISO 9001:2015

Le aree delle attività aziendali sono: aree nuove costruzioni per la carpenteria metallica, carpenteria navale, allestimento navale aree pubbliche, servizi di supporto all'ingegneria; area manutenzione riparazione e refitting che comprende anche la green technology; area ricerca e sviluppo nel campo dell'installazione di celle frigo "Idal Cold".

La "Responsabilità Sociale" risulta essere un valore fondamentale per l'azienda e si rispecchia nell'etica osservata nella conduzione degli affari, contribuendo a imprimere un'impronta di affidabilità, correttezza e trasparenza a tutte le attività svolte dall'azienda per perseguire i suoi scopi istituzionali.



## The Pursuit of Excellence

Il culto del servizio, la flessibilità e la grande professionalità che hanno sempre contraddistinto l'operato di Idea e che sono stati il fondamento delle relazioni instaurate con clienti di prestigio del mondo del lusso, restano tuttora i capisaldi strategici dell'azienda.



Idea S.p.A. nasce il 12 febbraio 1976 dalla visione dei fratelli comaschi Walter e Bruno Ragazzi. Entrambi fermamente convinti che la via per il successo risiedesse nell'offrire ai propri clienti un servizio altamente personalizzato ed un team di professionisti specializzati disposti a lavorare a quattro mani con la propria clientela su tutte le fasi del processo creativo e produttivo, i due fratelli, forti delle proprie passate esperienze nel settore tessile comasco e delle relazioni che in quegli anni avevano saputo intessere, si lanciano in questa nuova avventura.

Dal '76 la società è rimasta di proprietà della famiglia Ragazzi, che nel corso degli anni ne ha ingrandito la realtà e ha stretto partnership solide e durature con clienti e fornitori.

La Società si propone di offrire nel mercato dei luxury goods prodotti contraddistinti da qualità e contenuto stilistico elevati, che trasmettano il fascino del made in Italy.

Rivolgendosi storicamente al mercato del lusso e dovendo pertanto confrontarsi con una clientela estremamente esigente ed offrire prodotti e servizi di alta gamma, il concetto che da sempre guida l'operato della Società è la continua ricerca dell'eccellenza, per questo Idea richiede al proprio staff ed ai propri partner la massima preparazione ed un impegno costante e condiviso.

La Società opera su tutti i principali mercati di sbocco mondiali: Italia, Europa, Russia, Medio Oriente, Cina, Far East e Nord America. L'export rappresenta un quarto del fatturato, ma la percentuale sarebbe molto più alta considerando il consumatore finale, vista la forte propensione all'export dei principali clienti.

I clienti nel portafoglio della Società comprendono grandi società di moda, importanti centri della Grande Distribuzione e dettaglianti. La rete vendita aziendale comprende venditori interni, distributori ed agenti, dislocati nei mercati principali.





## L'avamposto dell'ingegneria

La IES S.r.l. - Ingegneria Elettronica Sistemi - progetta, produce, ripara, installa, sistemi e prodotti specialistici di telecomunicazione sia civile che militare.

L'elevata efficienza e competenza tecnica rappresentano gli elementi distintivi per la società.



Consapevole dell'importanza della soddisfazione del cliente e dell'importanza strategica della propria attività, si avvale di consulenze di **personale altamente specializzato**.

La professionalità, competenza ed esperienza del proprio staff la mette in primo piano rendendola competitiva in un settore nel quale operano grandi società.

Il core business si fonda sulla progettazione, produzione, integrazione di sistema, installazione e la manutenzione di apparati e sistemi di comunicazione in ambito civile e militare. Dispone, per le proprie attività, di una struttura produttiva di 1000 mq coperti e 4000 mq scoperti, predisposti anche per lavorazioni su shelters, autoveicoli vari e per prove su antenne.

Oltre alla realizzazione di prodotti richiesti dal cliente, IES S.r.l. offre attività di collaudo e di manutenzione in loco, non solo sul territorio nazionale ma anche worldwide.

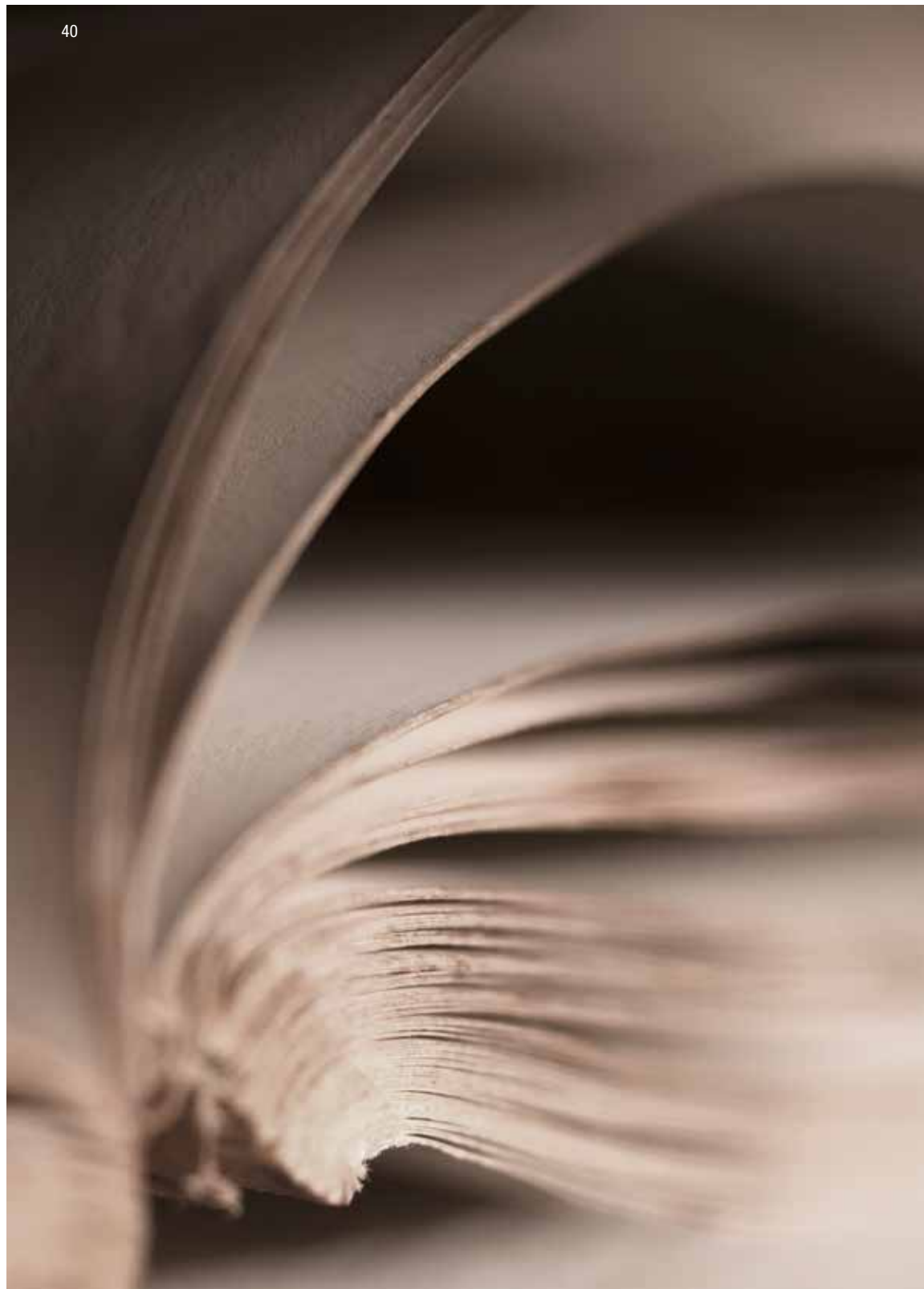
Per ogni tipo di problema o di intervento tecnico, il personale

specializzato viene inviato sul posto per prestare soccorso e consulenza.

La IES è stata fondata nel 1990 da Armando Bonifazi, già manager del Gruppo Finmeccanica. Il CEO e General Manager è Fabio Bonifazi. La **lungimiranza del management** ha permesso all'azienda di crescere costantemente nel corso degli ultimi anni, passando da un fatturato di 3 milioni di Euro nel 2011 alla soglia di 8 milioni nel 2017.

Perno del successo aziendale, la funzione **Ricerca & Sviluppo** è continuamente attiva nella realizzazione di progetti in molteplici ambiti: microcontrollori di guasti per l'industria aeronautica, dispositivi biomedici per la riabilitazione funzionale degli arti superiori, congegni di distribuzione dell'energia elettrica e sistemi di smaltimento rifiuti. Negli ultimi anni, la priorità della IES è stata la diversificazione delle proprie attività per divenire un punto di riferimento a livello innovativo e tecnologico.





LA TIPOGRAFICA VARESE Srl

## L'evoluzione della stampa

L'azienda nei novant'anni di storia ha "attraversato" quattro rivoluzioni tecnologiche, credendo sempre nel libro e studiando le migliori soluzioni tecniche e informatiche.



La Tipografica Varese (LTV) fondata il 23 novembre 1927, da Pietro Giuseppe Redaelli, nasce a Varese, rilevando un'azienda in fallimento. Grazie alla lungimirante visione imprenditoriale già dai primi anni il fondatore capisce che è necessario "uscire" dai confini varesini, e presentare i propri servizi alla platea degli editori milanesi.

A partire da 1950 con il figlio Ernesto al timone, prima come procuratore generale e poi come amministratore viene introdotta la prima grande rivoluzione tecnologica, dai caratteri mobili in piombo alle linotype. Queste innovazioni permisero di triplicare il fatturato.

Nel 1973 entra in azienda Giuseppe Redaelli, terza generazione. Grazie a lui vengono introdotte importanti innovazioni di carattere tecnologico: le macchine da stampa di grande formato, e l'introduzione dell'elettronica, che sostituirà le linotype.

Nei successivi anni l'azienda incomincia un percorso di export dei prodotti, che permette un rapido sviluppo economico grazie all'aumento dei volumi di vendita.

La costante attività di ricerca e sviluppo porta LTV a far produrre i propri macchinari su disegno, pezzi unici e prototipi per servire meglio la clientela.

Gianandrea Redaelli attiva numerosi canali commerciali per l'estero (Europa e Africa), e dal 2014 sviluppa un programma di ricerca e sviluppo, finalizzato alla costruzione di un nuovo stabilimento totalmente automatizzato, unitamente a brevetti su software e hardware. La newco, "startup innovativa" è stata fondata nel 2017, e sta muovendo i suoi primi passi.





## Il futuro è donna... di padre in figlia

Con oltre 70 anni di esperienza, LATI Industria Termoplastici S.p.A. è il fornitore globale di soluzioni ad alta tecnologia per l'industria termoplastica. La sua gamma prodotti comprende materiali ad alte prestazioni, compound speciali, materiali autoestinguenti, prodotti rinforzati e caricati.



L'azienda si propone come un **caso di successo di impresa familiare**: gestita dalla terza generazione nella figura della Dott.ssa Michela Conterno, le parole d'ordine che da sempre sono prese di riferimento per le scelte aziendali sono **tradizione e innovazione**: la tradizione di un passato che ha permesso di acquisire una solida esperienza nel campo delle modificazioni dei polimeri e che apre ora la strada ad una crescente innovazione verso prodotti conformi alle vigenti normative europee, verso la sostituzione dei metalli e allo sviluppo di materiali dal carattere fortemente tecnologico.

Il **passaggio generazionale** che, in molte aziende, è visto come un elemento ostativo al business e al buon funzionamento aziendale, per LATI S.p.A. è stato considerato come un'opportunità di crescita e di sviluppo interno e non solo: ha comportato modifiche organizzative, passando da un'organizzazione verticale

e funzionale ad una struttura più orizzontale basata sul lavoro trasversale con team interfunzionali, fino alla creazione di Project Manager per il coordinamento di progetti di cambiamento. Durante questo periodo di transizione, l'azienda ha cercato di affiancare alle competenze tecniche distintive, una gestione del personale basata su un sistema di **Welfare aziendale**, ponendo l'accento sulle soft skills e sui rapporti interpersonali.

La redazione di un Business Plan pluriennale ha consentito di definire chiaramente la **vision aziendale**, mettendo "nero su bianco" gli obiettivi e le strategie da definire: il riposizionamento del mix prodotto secondo il modello Boston Consulting Group a favore dei prodotti "star" a maggior valore aggiunto e la modernizzazione del comparto aziendale sono i pilastri sui quali si delinea la strategia a medio/lungo termine.





# MALIPARMI

## Oltre il concetto di abbigliamento

Il successo si basa su tre elementi chiave: il prodotto, unico e artigianale, oggetto di innovazioni per assicurarne la contemporaneità; la distribuzione, che ha permesso una notevole internazionalizzazione dell'azienda e il team, frutto della capacità della famiglia di scegliere e di formare uomini e donne che condividono la stessa passione, emozione ed entusiasmo nel raggiungimento di obiettivi comuni.

La storia di Maliparmi nasce negli anni Settanta, grazie allo stile originale, alla spiccata creatività, all'amore per i viaggi, alla curiosità per le diverse culture e alla forte passione di Marol Paresi.

Il marchio nasce con i bijoux e prosegue la sua evoluzione con le borse: fatte con cura, ricamate, preziose e rese speciali da applicazioni di gioielli e pietre, ricami e paillettes. Lo sviluppo procede negli anni Ottanta, con la creazione del total look: ai bijoux e le borse si affiancano le calzature e il prêt-à-porter. Le collezioni Maliparmi sono eclettiche, pensate per una donna elegante e contemporanea, dal carattere deciso.

L'artigianalità dei pezzi rende unico lo stile, dando vita a una mescolanza di texture, colori e stampe da mixare liberamente per esprimere la propria personalità.



Sotto la guida della figlia di Marol, Annalisa Paresi, che oggi ricopre il ruolo di Amministratore Delegato, l'azienda si dota di una solida struttura e di una rigorosa attività di controllo di gestione.

La forte volontà di crescere, rimanendo però saldamente radicata alla propria città, Padova, punto di partenza di tutte le attività orchestrate a livello internazionale, viene gestita in maniera graduale, attenta e programmata.

Il canale distributivo retail comprende oggi oltre 600 boutique multimarca e un numero crescente di negozi monomarca in Italia e all'estero. Nel 2003 apre il primo punto vendita a Padova, a cui segue un'espansione alla conquista di altre città, tra le quali Milano, Roma, Firenze, Venezia, Napoli, Bologna, Parigi, Lione, Anversa, Madrid, Barcellona e Saint – Tropez, queste ultime aperte nel 2018.





## Esperti dei rischi di oggi e di domani

In quasi un secolo di storia, Mansutti S.p.A. è riuscita a consolidare la propria realtà aziendale, restando al passo con i tempi, sviluppando prodotti innovativi e ricercando soluzioni idonee a rispondere alle esigenze del mercato presente e futuro.

Mansutti S.p.A. fornisce servizi assicurativi e di consulenza per privati e per soggetti corporate, offrendo competenza e supporto nella scelta delle coperture assicurative più idonee alle singole casistiche. I servizi offerti si differenziano in base alla clientela di destinazione, si va pertanto dai **servizi assicurativi più tradizionali, a prestazioni professionali più complesse e più innovative.**

Fondata nel 1925 da Enea Mansutti, forte dell'esperienza in compagnie assicurative di prestigio e ben strutturate a livello nazionale e non, quali Generali e La Fondiaria, l'azienda ha già **attraversato con successo i passaggi generazionali** all'interno della famiglia: il primo nel 1958 con l'entrata di Francesco Mansutti e il secondo nel 1991 con l'ingresso in Società della terza generazione, nella figura di Tomaso Mansutti, successivamente affiancato dal fratello Alessandro.

**Le nuove generazioni apportano grandi cambiamenti al**



**business aziendale**, individuando nelle relazioni internazionali un fattore chiave di prosperità e di nuovi sviluppi imprenditoriali.

La **internazionalizzazione delle imprese clienti** porta Mansutti a portare il proprio servizio dove i clienti delocalizzano le attività. Inoltre, la necessità di seguire aziende multinazionali fa ottenere a Mansutti l'ingresso in WING, prestigioso network internazionale di broker indipendenti.

Attualmente presente con servizi locali in 55 paesi del mondo, assicurando oltre un milione di soggetti e intrattenendo rapporti con oltre 80 compagnie, Mansutti si pone obiettivi di crescita sempre più ambiziosi, che vedono nell'elemento tecnologico un fattore strategico per il futuro. Nel 2017 Tomaso ingegnerizza la copertura CYBER 4.0 per conto di Assolombarda, mentre nel 2019 è previsto il lancio della piattaforma upGRAPE, che dovrebbe destabilizzare il settore assicurativo con il modello NETFLIX insurance-as-a-service.



## **“Un filo in seta intrecciato con la storia del Paese e rivolto alle sfide del futuro”**

Tale realtà si differenzia per:  
know how industriale nei processi di stampa e tessitura di fibre nobili;  
competenze di design e progettazione;  
elevato livello di personalizzazione per cliente; qualità e certificazioni.



Mantero produce e commercializza tessuti ed accessori di seta. Annovera tra i suoi clienti le più importanti Case di Moda e Marchi nel mondo, in particolare il settore del lusso. I prodotti vantano la denominazione Made in Italy. All'inizio si trattava di un “semplice” magazzino di sete; il primo nome dell'azienda fu “Ditta Riccardo Mantero” e due delle sue principali caratteristiche sarebbero rimasti i capisaldi del suo business: la versatilità del prodotto e la sua indiscussa qualità.

Negli anni '50, Beppe Mantero, – che rilevò l'azienda da suo padre Riccardo – integrò la produzione dei tessuti con l'introduzione di nuove procedure creative, pattern e palette colori, riunendo sotto lo stesso tetto l'intero ciclo produttivo per la realizzazione di tessuti Haute Couture.

A partire dagli anni '70, incluse la produzione di tessuti per la cravatteria, settore rilevante nei mercati internazionali, la quale si rivelò una mossa strategicamente necessaria.

Dall'essere un “semplice” produttore di tessuti, divenne anche un importante fornitore di accessori finiti, implementando una divisione Business2retail alla già esistente attività B2B.

Negli anni '90, la politica di diversificazione portò all'espansione della produzione di tessuti non in seta, senza per questo rinunciare all'estrema attenzione riservata da sempre all'alta qualità e alla creatività. Oggi, grazie a grandi investimenti in macchinari e ricerca, l'azienda vanta una divisione inkjet sempre più importante e all'avanguardia in grado di competere in termini di qualità con la tecnica tradizionale.

Tra gli obiettivi attuali, resta sicuramente prioritario quello di migliorare la qualità del prodotto e della fornitura del servizio, seguito dal continuo rinnovamento tecnico ed industriale in modo da tenere il passo con la significativa evoluzione delle logiche produttive e della logistica.





## Dal 1940, un trasporto marittimo sostenibile

La forte determinazione, la lucidità imprenditoriale e il carisma del fondatore, Odoardo Amoretti, sono i pilastri che continuano a guidare la famiglia nella gestione del business. Le due figlie di Odoardo, Rina e Mariella, hanno saputo prendere in mano il timone del gruppo, sapendosi affermare in un mondo tipicamente maschile.

Nata nel 1940 dalla famiglia Amoretti e oggi parte del gruppo Amoretti Armatori, la società ha come vision la fornitura di un servizio di trasporto marittimo a livello mondiale di una vasta gamma di prodotti petroliferi e chimici, in modo sicuro e affidabile.

La crescita del business aziendale si concretizza negli anni Novanta, con la costruzione delle prime navi a doppio scafo e della prima flotta per il Nord Europa, con apertura di un ufficio a Rotterdam nel 1990 e la costruzione di due nuove navi direttamente in Germania nel cantiere Lindenau nel 1997.

L'internazionalizzazione trova spazio anche in Spagna e in Cina, contribuendo alla crescita di una flotta moderna e attrezzata sia nel Mediterraneo che nel Nord Europa, capace di sostenere viaggi a lunga percorrenza. In media durante l'anno, vengono effettuati più di mille scali in più di trenta porti diversi.

**Il quartiere generale resta però nella città di Parma, dove è originaria la famiglia Amoretti, ora a capo di un gruppo che possiede più di dieci navi di proprietà e che da lavoro a 400 persone, tra personale di bordo e di terra.**

Il successo dell'azienda deriva dalla grande professionalità ed efficienza nello svolgimento del trasporto, rispettando tempistiche e garantendo un servizio ad hoc per la merce trasportata. L'attività viene svolta nel rispetto delle norme e dei regolamenti nazionali e internazionali, con un'attenzione particolare alle aspettative dei clienti più importanti, come le Compagnie petrolchimiche nazionali ed internazionali, particolarmente sensibili alla qualità del servizio fornito e alle problematiche ambientali.

L'impegno è stato premiato mediante assegnazione di due importanti award, come l'Italian Shipping Awards nel 2011 e l'importante "Trofeo del mare" nel 2018 all'Amministratore Delegato Mariella Amoretti.



## Nuova sfida nel banking

Una delle più efficaci caratteristiche del modello di consulenza di Banca Mediolanum è la capacità di cross-selling verso prodotti del risparmio gestito. La strategia d'investimento proposta dalla Banca era stata fin dall'inizio caratterizzata dal principio delle "5D": diversificazione temporale, tra titoli, geografica, per potenziale di crescita e per strumenti finanziari.



Banca Mediolanum si è focalizzata da sempre sui suoi valori: libertà, relazione, impegno, Innovazione. La libertà per il cliente di andare in Banca dove, come e quando vuole; la relazione con il cliente che è al centro del modello e delle attenzioni della banca; l'impegno testimoniato dall'investimento nella solidarietà, nelle emergenze e in progetti di sviluppo, con interventi tangibili e di ampio respiro; l'innovazione con lo sviluppo costante di nuovi strumenti, processi e comportamenti.

1982 Ennio Doris fonda Programma Italia S.p.A. in partnership con il Gruppo Fininvest. Si tratta della prima rete nazionale a offrire consulenza globale nel settore del risparmio e della previdenza.

1984 Un unico consulente come punto di riferimento per tutte le tipologie di prodotti finanziari e assicurativi: questo il cuore del nostro approccio innovativo.

1985 Nasce Gestione Fondi Fininvest, società di gestione di fondi

comuni di investimento di diritto italiano: aumenta il potenziale di sviluppo e la gamma di prodotti e servizi offerti.

1991 Viene costituito Programma Italia Investimenti, Società di Intermediazione Mobiliare.

1995 In risposta a cambiamenti epocali a dicembre, nasce Mediolanum S.p.A., la holding di tutte le attività di settore.

1996 Mediolanum S.p.A. entra nella Borsa di Milano

1997 Ai prodotti già offerti ai clienti, Mediolanum aggiunge la novità dei servizi bancari: Programma Italia Investimenti Sim P.A. si trasforma in Banca Mediolanum.

2000 Banca Mediolanum sbarca in rete: si ampliano le possibilità di accesso per i clienti e vengono implementate sofisticate applicazioni.

2006 Nasce la figura del Family Banker. La figura del Consulente Globale® si evolve in quella del Family Banker®: il professionista che si reca direttamente dal cliente, per offrirgli il nuovo sistema integrato di servizi.





## Il risultato di aver creduto in un sogno

Luisa Assi e le sue due figlie, Beatrice e Veronica, sono alla guida di Millutensil, società leader mondiale nella produzione di presse prova stampi/apristampi e macchinari per la lavorazione della lamiera.



L'azienda è stata fondata nel 1955 a Milano da una giovanissima Luisa Assi: appena vent'enne, Luisa vuole mettersi alla prova per dare vita al suo sogno: far conoscere la propria azienda nel mondo. Ma Luisa Assi non si limita a sognare. Inizialmente rivolte alla Brianza, le vendite di macchinari di Millutensil raggiungono anche la Sicilia. All'inizio degli anni Sessanta inizia l'importante collaborazione con la ditta tedesca produttrice di stampi Fibro, per la quale Millutensil distribuisce in esclusiva in Italia.

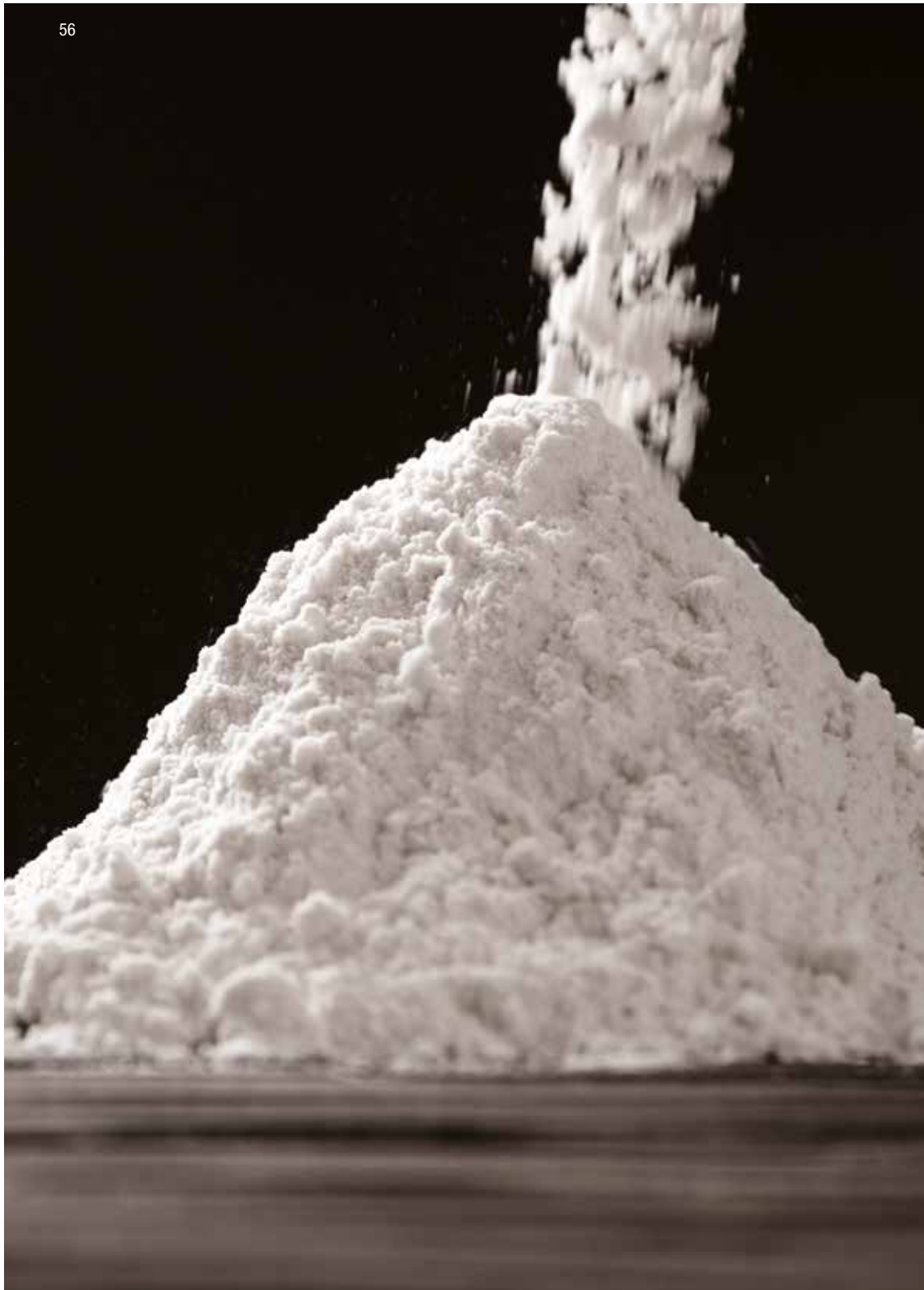
Nel 1963 sposa l'ingegnere tedesco Helmut Just. Insieme al marito, al cognato Santo Malosio e a una squadra di preziosi operai e validi collaboratori, Millutensil passa dalla commercializzazione dei macchinari per la lavorazione del legno allo sviluppo di presse prova stampi e macchinari per la lavorazione della lamiera.

A metà degli anni Ottanta, la costruzione del capannone nella zona del cremasco, a Izano, segna un passaggio di crescita

fondamentale. Millutensil è una realtà che dialoga ogni giorno con i più importanti protagonisti dei più diversi settori, rispondendo con soluzioni innovative alle loro esigenze di tecnologia e di eccellenza.

La Millutensil è un'azienda a vocazione familiare. Ha vinto la scommessa di un orientamento strategico che pur mantenendo un occhio alla conservazione e alla continuità, evidenti soprattutto nella politica di valorizzazione dei dipendenti, ha saputo perseguire una politica di innovazione costante e ha investito moltissimo nell'internazionalizzazione e nelle opportunità di espansione all'estero.

Sessantatré anni dopo, la signora Luisa Assi, insieme alle figlie Veronica e Beatrice, e ai settantaquattro dipendenti hanno portato Millutensil a essere un'azienda leader nel proprio settore, solida e dinamica, capace di proporre soluzioni innovative e di eccellenza in tutto il mondo.



## Una storia green nata da un campo di grano

I valori che da sempre guidano la famiglia Rossetto sono l'innovazione ai prodotti e a soluzioni alimentari che rispettano la natura e la sostenibilità ambientale ed economica, la crescita continua del business aziendale, non dimenticando mai la storia e la tradizione, che fanno della dieta italiana una delle migliori al mondo.

La Molino Rossetto S.p.A ha origini antichissime: il fondatore, Angelo di Sebastiano Rossetto, primo possidente mugnaio della famiglia, ha iniziato l'attività nel lontano 1760 ed oggi è alla guida la settima generazione con Chiara e Paolo Rossetto.

**La storia della Molino Rossetto S.p.A. è ricca di grandi soddisfazioni e di successi aziendali, caratterizzati dalla costante attenzione all'evoluzione dell'ambiente produttivo e socio – economico.** La fondazione dell'odierna struttura societaria e la conseguente nomina di Giovanni Carlo Rossetto in qualità di amministratore unico avvengono nel 1981.

Negli anni Novanta, grazie al lavoro di Chiara e Paolo Rossetto, viene costruito e consolidato il processo di marketing e comunicazione commerciale che porta l'azienda alla partecipazione alle fiere espositive e ad una crescita esponenziale nel segmento GDO fino agli anni duemila. **Gli ultimi anni sono stati caratterizzati da un maggiore orientamento al mercato**

**biologico, gluten – free e vegano, al fine di abbracciare una clientela sempre più varia ed esigente in merito alla qualità del prodotto alimentare e alla sostenibilità ambientale:** nel 2017 infatti apre ufficialmente lo stabilimento produttivo dedicato ai prodotti senza glutine.

Grazie alla scelta attenta delle materie prime, alla cura meticolosa di ogni fase della lavorazione, all'impiego di tecnologie all'avanguardia, Molino Rossetto garantisce una gamma di prodotti di altissima qualità. Il rispetto per l'intero eco – sistema, il grande senso di appartenenza alla terra, l'importanza del biologico e la scelta di materie prime di altissima qualità, sapientemente lavorate in un ambiente altamente all'avanguardia permettono alla Molino Rossetto di proporsi ad un consumatore cosciente delle proprie scelte con prodotti innovativi e funzionali, semplici e veloci, sani e naturali.

Una storia secolare ne è testimone.





## Affidati alla solidità!

L'azienda è un solido punto di riferimento dello shipping a livello internazionale. Provvede a tutte le pratiche legate all'operatività della nave, ai servizi di assistenza in porto e agli equipaggi, alle formalità doganali, curando nel contempo tutte le operazioni commerciali e logistiche per conto e nell'interesse di armatori e vettori marittimi.



Le origini di Morandi Group risalgono all'inizio del secolo scorso: nel 1913 il broker marittimo Gustavo Morandi - insieme ai suoi fratelli - fonda ad Ancona la F.lli Morandi & C., agenzia marittima e casa di spedizioni che in pochi anni diventa punto di riferimento per il settore dello shipping e per il mondo armatoriale internazionale.

La svolta arriva nei primi anni '70. Il passaggio generazionale porta al vertice Renato Morandi che - a soli vent'anni - dimostra da subito una vera passione per il settore dello shipping e una grande capacità di visione globale, che gli consentiranno di contribuire in maniera decisiva anche alla crescita e al rilancio del porto di Ancona. Sotto la sua guida, l'azienda cresce e si struttura come un vero e proprio gruppo imprenditoriale.

Nel 1994 Renato Morandi entra con successo anche nel settore passeggeri. Acquisisce infatti la rappresentanza per l'Italia della

Compagnia greca Superfast Ferries, che cambierà per sempre i collegamenti marittimi tra il nostro paese e la Grecia. Con servizi di altissima qualità impiega solo traghetti di ultima generazione, il tempo di percorrenza da Ancona a Patrasso si riduce drasticamente da 36 a 19 ore totali.

Oggi alla guida del Gruppo ci sono Chiara e Andrea Morandi, i figli di Renato, che hanno ereditato dal padre la grande passione per il mondo dello shipping.

La F.lli Morandi & C ha inoltre sviluppato un'esperienza centenaria sulle spedizioni. È in grado di gestire a 360° tutte le problematiche legate alle operazioni doganali di merci import ed export, oltre ai tradizionali servizi accessori di riempimento e svuotamento container, magazzino della merce e trasporto di container per ogni tipo di merce.



## Il Made in Italy 4.0: una storia di successo

L'elevata professionalità dell'azienda ha permesso di affacciarsi sul mercato internazionale, gestendo clienti in ogni paese del mondo attraverso personale tecnico e commerciale di provata esperienza e professionalità, oltre che tramite una rete di vendita ramificata sul territorio.

Attiva da oltre 45 anni, M.T. s.r.l. è nata nel 1972 a San Giovanni in Marignano occupandosi di lavorazioni meccaniche conto terzi, si sviluppa negli anni avendo sempre come obiettivi principali la **qualità, l'affidabilità e l'innovazione**.

Grazie all'esperienza maturata nel settore delle lavorazioni meccaniche, negli anni '90 M.T. inizia a produrre una propria gamma di portautensili motorizzati per torni a controllo numerico, a cui fanno seguito nel tempo lo sviluppo e la realizzazione di numerosi prodotti, fino ad arrivare all'attuale portafoglio composto da oltre 8.000 codici differenti, tutti nati in M.T., dall'idea alla realizzazione, dove il 95% del prodotto viene realizzato internamente.

M.T. è **leader al mondo nel settore delle lavorazioni avanzate**. Come capo commessa per lavorazioni conto terzi, M.T. si occupa non solo di esecuzioni meccaniche ad alto contenuto tecnologico garantendo la produzione di particolari di altissima precisione,



ma mette anche a disposizione un organizzato reparto di montaggio in grado di garantire la fornitura completa di assemblati o sottogruppi. La qualità è garantita da un attento e costante processo di monitoraggio della qualità interna e di quella dei propri fornitori.

Altro elemento determinante per il successo di M.T. è il **parco macchine**, da sempre composto da macchinari di ultima generazione. Il reparto collaudo è stato dotato di macchine di misura tridimensionali capaci di lavorare su modelli 3D in tempo mascherato. L'attenzione alle nuove tecnologie e all'innovazione ha portato M.T. a realizzare un progetto di totale integrazione della fabbrica, nell'ottica dell'**industria 4.0**.

Con la realizzazione di questo progetto è aumentata l'efficienza produttiva dell'azienda, incrementando la flessibilità aziendale, ottimizzando i tempi produttivi e riducendo i tempi di risposta ai clienti.





## Innovazione e nuove frontiere: il futuro secondo Nordmeccanica

Fondata nel 1978 alle porte di Piacenza, Nordmeccanica S.p.A. rappresenta oggi il principale produttore mondiale di macchine accoppiatrici e spalmatrici per l'imballaggio flessibile.



Nel 1998 l'azienda piacentina è stata rilevata da Antonio Cerciello, con una solida esperienza manageriale alle spalle nelle Partecipazioni Statali anche in ambito internazionale.

Nel corso dei due decenni successivi, sotto la guida e l'esperienza dell'imprenditore partenopeo e dei due figli Vincenzo e Alfredo, Nordmeccanica ha vissuto una costante crescita sia in termini di fatturato che di espansione internazionale di mercato, trasformandosi da piccola impresa a leader assoluto a livello mondiale nella produzione di spalmatrici, laminatrici e metalizzatori: primi al mondo per tecnologia e macchine vendute. Ma quale è stata la strategia di tale successo?

Da un lato, il costante investimento sulla ricerca tecnologica, con investimenti che toccano mediamente il 5% del fatturato annuo, che ha permesso di realizzare anno dopo anno macchine sempre più grandi, performanti, innovative, permettendo all'azienda di anticipare i cambiamenti e di continuare ad offrire

soluzioni all'avanguardia per il packaging.

Dall'altro la scelta di espandersi a livello produttivo su scala globale: l'azienda piacentina dispone oggi di cinque stabilimenti, di cui tre in Italia, uno a Shanghai e uno a New York; ad essi si aggiungono due sedi dirette per il supporto tecnico ai clienti a Mumbai e a Buenos Aires e una rete di rappresentanze che copre 87 paesi del mondo.

Ma gli investimenti di Nordmeccanica non sono unicamente rivolti all'estero: l'investimento più significativo è stato compiuto in Italia, dove Nordmeccanica nel gennaio 2013 ha acquisito i progetti di Galileo Vacuum Systems, rilevandoli dalla procedura di concordato preventivo, relative alla realizzazione di impianti per la metallizzazione di film plastici.

Nordmeccanica si conferma così una vera eccellenza mondiale che pure resta, alla base, una ditta familiare.



## 50 years of Wellness

I valori familiari sono le fondamenta ed il timone imprenditoriale della famiglia fondatrice. Generazione dopo generazione, passione, impegno, innovazione e creatività, oltre che una spasmodica attenzione alle esigenze del cliente, rispetto per l'ambiente e per le persone sono i valori che hanno portato l'azienda al raggiungimento di grandi risultati.



Box doccia, cabine, vasche idromassaggio, piatti doccia e mobili. Sono questi i business del Gruppo Novellini, impresa familiare nata nel 1966 ad opera di Gianfranco Novellini a Romanore (Mantova).

Nata come piccola azienda artigiana specializzata nella lavorazione del ferro battuto e alluminio per la produzione di porte e finestre, Novellini si è trasformata in mezzo secolo di vita in leader europeo del settore bagno, con stabilimenti in Italia e filiali nei principali paesi europei e rappresentanze nei diversi continenti.

A partire dal 2013, a seguito della prematura scomparsa del fondatore, le redini dell'Azienda sono state prese dai figli Marco e Barbara. Il passaggio alla seconda generazione è stato l'inizio del cambiamento che ha portato Gruppo Novellini a riposizionare il Marchio sul mercato, presentandosi con un nuovo brand ed un importante progetto di web communication.

Qualità, sicurezza, innovazione e rispetto per l'ambiente guidano la progettazione e la realizzazione di ogni prodotto delle collezioni esclusive firmate da Novellini. Processi produttivi a basso impatto ambientale, controllo di sostanze tossiche e risparmio energetico sono driver fondamentali. Infatti ogni fase è pianificata per garantire risultati sempre ai massimi livelli degli standard richiesti dal mercato internazionale.

Novellini utilizza la cromatura PVD: "l'alternativa verde" rispetto alle tecnologie basate sui tradizionali processi galvanici.

Il Gruppo Novellini ha da sempre investito sul territorio locale attraverso un'azienda solida che fosse pioniera del Made in Italy. La famiglia Novellini, orgogliosa delle proprie origini, ha individuato quattro aree nelle quali investire sul territorio: cultura, lo sport, l'istruzione e il welfare.





## Conserviamo sapori e tradizioni da 146 anni

L'azienda offre una gamma completa di prodotti in grado di soddisfare qualsiasi esigenza di consumo. È il costante equilibrio tra tradizione e innovazione, tecnologia e professionalità che danno vita a una gamma di 500 referenze, in cui varietà e tradizione culinaria sono le caratteristiche vincenti per la creazione delle linee di prodotto.



Fondata nel 1872 grazie allo spirito imprenditoriale di Fausto Polli, divenne presto un'azienda leader nel settore delle conserve vegetali, conquistando un ruolo di primo piano nel mercato nazionale e internazionale.

Il controllo dell'intera filiera, l'accurata selezione delle materie prime, i sistemi di confezionamento avanzati e una vasta gamma di prodotti tipici della tradizione culinaria italiana, sono l'indiscussa testimonianza della qualità e dell'amore che l'azienda Polli ha sempre avuto per il suo business, tanto da farne una delle aziende più importanti nel panorama agroalimentare italiano e internazionale.

Presente in 45 paesi in tutto il mondo con oltre 30 marchi, la filosofia aziendale Polli si basa sull'innovazione, la tradizione e la fedeltà dei consumatori.

Quindi la creazione di un prodotto che mette al primo posto il consumatore ed è il risultato di un sistema che coinvolge persone, tecnologie, materiali e processi in costante sviluppo il cui unico scopo è la qualità.

Ogni fase di produzione costituisce un pezzo definito, controllato e insostituibile, dalla coltivazione delle materie prime al ciclo produttivo, fino allo stoccaggio e alla distribuzione dei prodotti finiti. Tutto ciò fornisce una garanzia di un orientamento aziendale ad assoluta affidabilità nel soddisfare le esigenze commerciali e dei consumatori.

Il Gruppo Polli dispone ora di 3 impianti all'avanguardia, modelli di efficienza, tecnologia e flessibilità produttiva in cui vengono lavorate più di 134 materie prime alimentari ogni anno, con una produzione di circa 24.000 tonnellate di verdure e più di 100 milioni di vasi, per dare vita ad una gamma molto ricca di prodotti in grado di soddisfare le più diverse esigenze di consumo.





## Il tuo partner affidabile per i programmi aerospaziali

La passione per il volo e l'aeronautica in generale è parte integrante del nostro essere azienda. La respirano e vivono tutti i nostri collaboratori. La si percepisce scorrendo la nostra storia. Per questo abbiamo custodito nel tempo importanti testimonianze che sono raccolte nel nostro piccolo museo interno, visibili su appuntamento.

Con oltre un secolo di storia imprenditoriale alle spalle ed altrettante produzioni aeronautiche per i più svariati programmi guardiamo al futuro con lo stesso entusiasmo dei primi pionieri e la volontà di consolidare e sviluppare a livello mondiale la nostra posizione di primari fornitori di sistemi e sottosistemi combustibile ed altri equipaggiamenti di funzione per le diverse applicazioni a bordo dei velivoli.

Far volare sempre più in alto nel mondo oltre 100 anni di storia aeronautica italiana.

Migliorare i processi aziendali per fornire sistemi aeronautici innovativi ed affidabili ad un costo competitivo, con la piena soddisfazione dei propri clienti in tutto il mondo.

Utilizzare il business management system per una gestione aziendale efficace ed efficiente che possa garantire una continua crescita dell'azienda nel suo mercato di riferimento.

Questo si ottiene con il rispetto di tutti gli impegni contrattuali garantendo otd (on time delivery), otq (on time quality) e otc (on time cost).

Siamo un'azienda tecnologica: abbiamo sempre lavorato per trovare la soluzione più adatta alle esigenze del cliente e quindi del prodotto velivolo.

La nostra lunghissima permanenza nel settore e la vastissima raccolta di dati tecnici riscontrati sul campo di cui disponiamo ci permettono di poter sviluppare in breve tempo nuove proposte tecniche in risposta alle specifiche dei clienti per le più svariate applicazioni di bordo nell'ambito della meccanica dei fluidi e relativa elettronica di complemento.

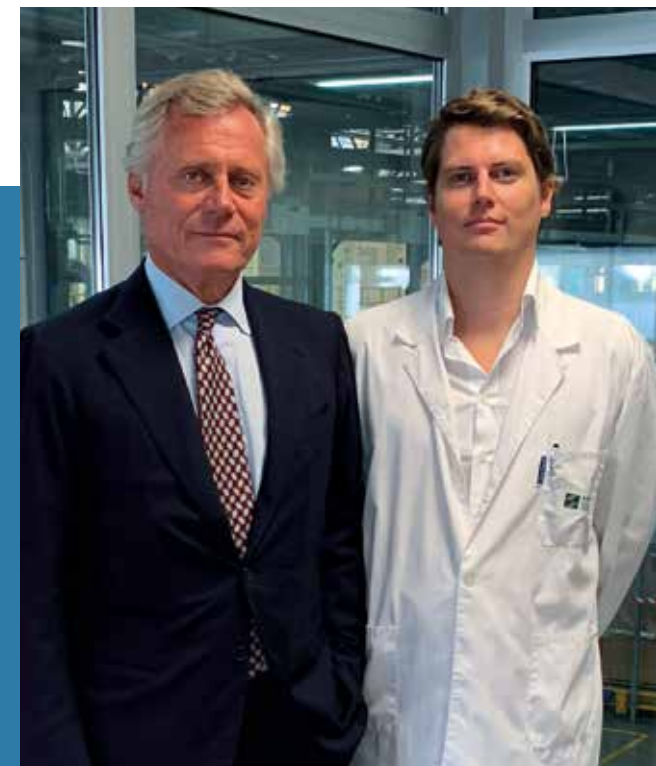
Abbiamo un team giovane e dinamico di ingegneri e tecnici guidato da progettisti esperti e supportato dalle più recenti tecnologie software e da un reparto sperimentale autonomo dalla produzione di serie.





## Sostenibilità e qualità

La mission di SI.CON è assicurare la massima soddisfazione del cliente da raggiungere attraverso il miglioramento continuo di tutti i processi aziendali, sviluppati ed applicati attraverso un sistema di organizzazione aziendale.



SICON nasce nel 1984 in provincia di Messina come produttore di bottiglie in PET per il settore bibite e acque minerali.

Il settore di appartenenza è quello delle materie plastiche e nello specifico del PET. Il PET fa parte della famiglia dei poliesteri ed è una resina termoplastica adatta al contatto alimentare. Fino al 2011 la produzione di bottiglie è dedicata in maggior misura agli stabilimenti Coca-Cola del Sud Italia.

Dopo il 2011 la Società ha dato avvio a una trasformazione del proprio modello di business da produttore di bottiglie a produttore di preforme.

Ad oggi SICON produce più di 800 milioni di preforme all'anno nello stabilimento di Giammoro. La sede amministrativa si trova a Milano. La Società impiega in totale 24 dipendenti.

A causa della tipologia del prodotto, che soffre molto i costi di trasporto, SICON fornisce principalmente il mercato italiano. Ciò nonostante si riesce a realizzare una parte delle vendite all'estero, in particolare a Malta, in Albania e in Grecia.

L'impegno di SICON è volto a limitare l'impatto ambientale delle attività aziendali, ridurre i consumi di acqua ed energia elettrica e sensibilizzare i propri collaboratori sull'importanza di adottare comportamenti eco-responsabili sul posto di lavoro.

Raggiungimento dell'eccellenza, competenza e responsabilità sociale sono i valori cardine della Società.

La centralità delle persone che operano all'interno dell'organizzazione è un valore importante del codice etico societario.





# VALDO

DAL 1926 A VALDOBBIADENE

## La cultura per l'eccellenza del 1926

In novanta anni di amore per la vigna e per il vino e di gestione della cantina, la famiglia ha saputo radicare la cultura del Prosecco nel mondo ed è sempre viva la voglia di scrivere nuove pagine della propria storia, raccontando, vendemmia dopo vendemmia, gli spumanti pronti a conquistare il cuore e i palati più raffinati.



Valdobbiadene, Treviso, 1926. Un gruppo di imprenditori decide di associarsi e di fondare la Società Anonima Vini Superiori, compagnia dedicata alla produzione di vini spumante.

Il grande salto di qualità avviene all'inizio degli anni Trenta, quando l'azienda è acquistata dalla famiglia Bolla, che ne cambia il nome in Valdo Spumanti nel 1951, costruendo una storia di successo basata sull'ascesa di un prodotto tipico del Made In Italy.

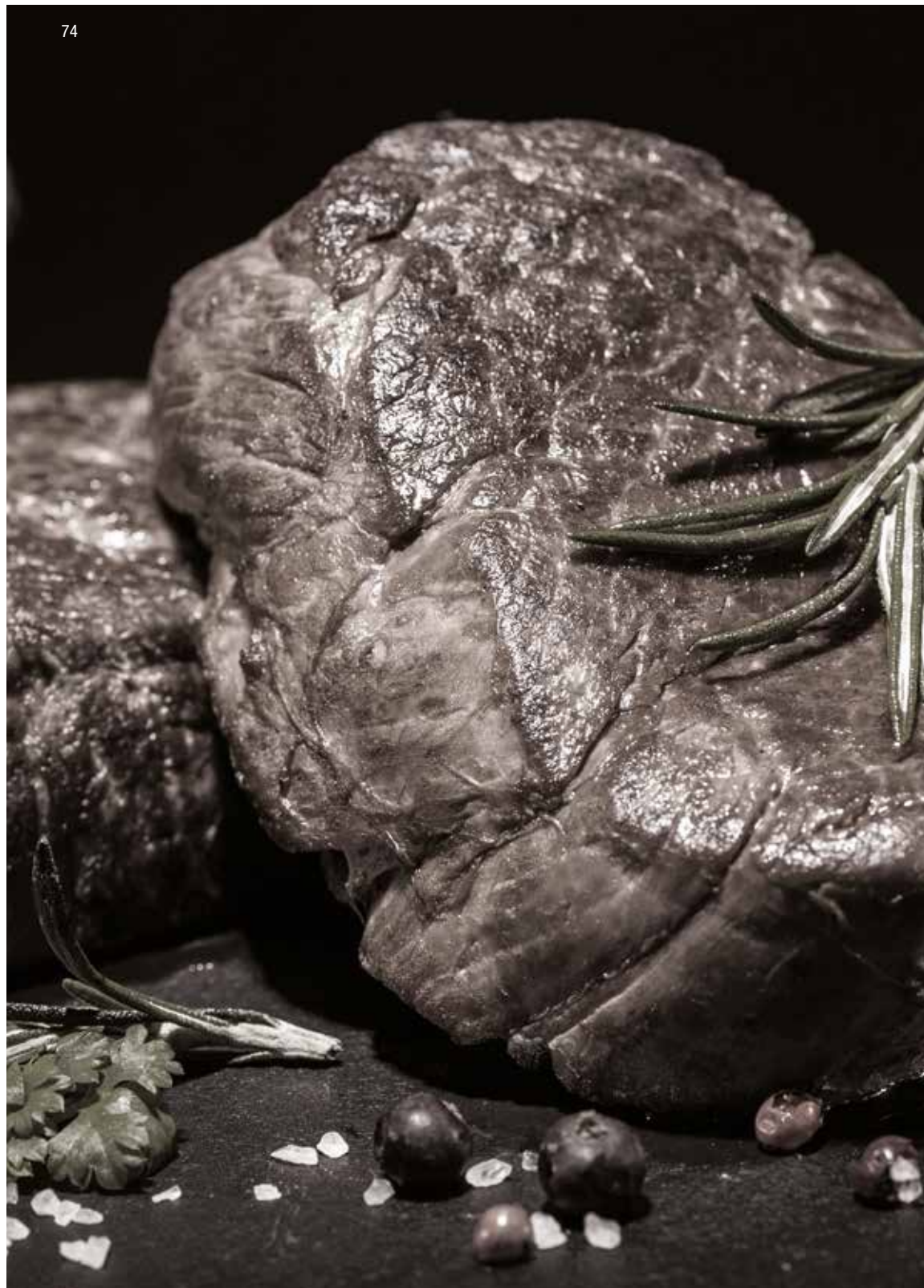
**La lungimiranza e le abilità commerciali di Sergio Bolla, padre dell'attuale Presidente Pierluigi, unite ad una vincente politica produttiva, permettono alla società di sviluppare una rete capillare di vendita forte in Italia e altrove.** A Sergio Bolla va riconosciuto il merito di aver introdotto il Valdobbiadene Prosecco Superiore D.O.C.G. a tutto il mondo, frutto di una passione che ne valorizza l'eccellenza e il forte legame con il territorio d'origine.

La storia di Spumanti Valdo è sempre stata caratterizzata dalla positività dei risultati e dalla crescente diffusione del prodotto, riconosciuto come un vino di prestigio e vincitore di numerosi premi.

Il successo, oltre a incontrare i gusti della clientela, è legato anche alla forte estetica della bottiglia: la "Etichetta Gialla" di Marca Oro rappresenta oggi un'icona del Prosecco D.O.C.g in tutto il mondo.

**La famiglia Bolla è molto legata al territorio:** le Prealpi Trevigiane sono la culla autentica ed esclusiva del Valdobbiadene Prosecco Superiore D.O.C.G. Ai benefici della terra, si aggiunge l'arte delle persone nel trasformare, dai vigneti alle cantine, i doni preziosi della vite in spumanti unici per pregio e per carattere. Tecnologia e passione, innovazione e tradizione, danno vita ad una produzione monitorata in ogni sua fase, per garantire la straordinaria qualità di ogni bottiglia firmata Valdo.





## L'innovazione da più di cent'anni

Il Gruppo, amministrato dalla quinta generazione della famiglia Tonazzo, presenta un forte commitment verso l'esplorazione di nuove proposte alimentari alternative a 360°: per garantire un prodotto sempre all'altezza diventano cruciali pertanto la selezione rigorosa delle materie prime e l'applicazione delle tecnologie più innovative.



Il Gruppo Tonazzo comprende due unità di business: **COM.PA S.p.A.**, specializzata nella trasformazione e lavorazione della carne, e **KIOENE S.p.A.**, ad oggi il primo player in Italia per la produzione di prodotti vegetali freschi e surgelati.

La storia di questa azienda inizia nel **1888** e attraverso i secoli raccontando di allevatori, macellai, mediatori, ma soprattutto di **una famiglia e della sua straordinaria passione per il lavoro trasmessa di generazione in generazione.**

Tutto inizia negli ultimi decenni dell'800 con nonno Vittorio dotato di un talento naturale per gli affari che lo porta ad interessare nel tempo proficue relazioni con figure chiave nel mondo del commercio della carne. Nessuno dei figli di Vittorio raccoglie l'eredità pionieristica del padre, ma il commercio delle carni affascina il futuro genero, Albino.

Nasce così il primo macello della famiglia Tonazzo a Villanova di Camposampiero, intorno al quale nel tempo si sviluppa un piccolo giro di affari che porterà nel 1953 all'**apertura di una macelleria nel centro del paese**, ad opera di Albino e del figlio Zeno.

La fondazione della moderna Tonazzo avviene negli anni 80 e 90 da parte dei figli di Zeno, Albino e Stefano che danno una svolta all'attività di famiglia: la Tonazzo si impone come dinamica realtà imprenditoriale capace di distinguersi con **prodotti di qualità**, frutto di una tradizione d'antica data e di una grande spinta all'innovazione, dove il reparto **Ricerca&Sviluppo** rappresenta il fiore all'occhiello del Gruppo.

**La costante spinta all'innovazione, l'attenzione alla qualità dei prodotti ed investimenti in tecnologie avanzate hanno portato sul finire degli anni ottanta all'affiancamento allo storico core business di trasformazione di carni bovine la produzione di proposte a base di proteine vegetali.**

“

La Famiglia  
non è un'ancora  
che ci trattiene,  
ma un faro che  
ci mostra la via.





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