

up grade

magazine

distribuito cellofanato con Il Sole 24 Ore

Speciale Verona e provincia

Periodico - Anno 10 - n. 27 - 28 Settembre 2026
Iscrizione al Tribunale di Treviso n. 233/16 del 10.02.2016
Iscrizione al R.O.C. n. 22943

Proprietario ed Editore



PUBLISCOOP
EDITORE

Sede legale e operativa
Piazza della Serenissima, 40/A - Castelfranco Veneto (TV)

Amministratore unico Maurizio Caretoni

Direttore responsabile Lisa De Rossi

Contatti commerciali
per la comunicazione su questa iniziativa
Tel. +39 0423 425411 - redazione@upgrademagazine.it

Stampatore
Artigiana Grafica Snc - Via Zocco, 66 - Montegalda (VI)

Si informano i lettori che tutti i contenuti non firmati dalla redazione sono di carattere pubblicitario

Il Sole 24 Ore non ha partecipato alla realizzazione di questo periodico e non ha responsabilità per il suo contenuto

Il tempo lungo di Verona e delle sue imprese che racconta storie di famiglia

Dalla città che accolse Dante alle aziende che da generazioni costruiscono il proprio domani senza dimenticare il valore di ieri

C'è una statua, in Piazza dei Signori, che i veronesi chiamano con un nome diverso da quello ufficiale della piazza stessa: la chiamano Piazza Dante. Al centro, il poeta osserva la città da secoli, con lo sguardo fermo di chi ha visto passare epoche, poteri, generazioni e in tempi moderni, turisti. Intorno a lui, i palazzi che furono il cuore politico e istituzionale di Verona - scaligera prima, veneziana poi - raccontano una storia di continuità: la stessa pietra, marmo rosso veronese, che sotto i portici copre ancora i resti di un cardo e un decumano romani. Verona, in questa piazza, si guarda allo specchio da duemila anni. Quella statua, tra l'altro, ha una storia che vale la pena ricordare. Fu collocata nella notte tra il 13 e il 14 maggio 1865, quasi di nascosto, senza cerimonia, per evitare la reazione delle autorità austriache che allora governavano la città: agli occhi di chi la volle, Dante era già un simbolo di italianità, e la sua immagine in marmo bianco di Carrara divenne un piccolo atto di resistenza silenziosa, prima ancora che un omaggio al poeta



Piazza dei Signori - Verona

che a Verona aveva vissuto sei anni in esilio, ospite della corte scaligera di Cangrande. Nessun clamore, e nessuna festa, eppure quella statua è ancora lì, centocinquant'anni dopo, a raccontare qualcosa che allora sembrava piccolo e oggi è patrimonio di tutti. È da qui che parte il nuovo numero di Upgrade. Non a caso, verrebbe da dire: perché le trentadue pagine che seguono raccontano imprese che, a loro modo, fanno la stessa cosa di questa piazza e di quella statua. Costruiscono senza clamore,

guardano al futuro senza mai voltare le spalle a chi le ha fondate. Sfogliando questo numero, il filo che lega le storie raccontate è quasi sempre lo stesso: c'è una famiglia, quasi sempre, all'origine di tutto. Un padre, un nonno, a volte una coppia di soci con un solo furgone o un solo cantiere. Cinquant'anni fa, sessanta, ottanta. Aziende che sono cresciute non per un colpo di fortuna, ma perché qualcuno, generazione dopo generazione, ha scelto di restare, di investire e di trasformare un

mestiere in un'eredità. Non è un caso che accada proprio a Verona. Questa città ha sempre avuto un rapporto particolare con il tempo: sa essere antica e moderna e viva insieme, sa mostrare le sue pietre senza diventarne prigioniera. Le imprese che raccontiamo in questo numero le assomigliano. Sono radicate nel territorio, spesso ancora nelle stesse zone dove tutto è cominciato, eppure continuano a rinnovarsi con nuove tecnologie, nuovi mercati, nuove generazioni che affiancano - e talvolta sostituiscono - chi le ha fondate. C'è chi ha iniziato con un solo camion e oggi ha una flotta che attraversa l'Italia. Chi ha trasformato un piccolo laboratorio in un punto di riferimento per centinaia di clienti. Chi, ancora oggi, siede a tavola con i propri dipendenti come faceva chi ha fondato l'azienda ottant'anni fa. Storie diverse, radici diverse, ma il tratto è comune: quella capacità

di restare fedeli a un'idea di lavoro fatta di relazioni, non solo di fatturato. Verona, del resto, insegna anche questo. Non è la piazza più antica della città, né la più fotografata: eppure resta il suo salotto, il luogo dove per secoli si sono prese le decisioni che contavano. Un ruolo che non si conquista con l'apparenza, ma con la sostanza - la stessa che, pagina dopo pagina, ritroviamo nelle imprese di questo numero. Buona lettura! ●

Lisa De Rossi



La tua **scuola d'inglese** a **Verona**.
Un metodo infallibile dal 1956.



Per tutti i livelli: dai principianti agli avanzati

- ✓ CORSI PER PRIVATI
- ✓ CORSI DI GENERAL & BUSINESS ENGLISH
- ✓ CORSI AZIENDALI E PER PROFESSIONISTI
- ✓ CERTIFICAZIONI INTERNAZIONALI



shenker
SINCE 1956

IMPARA L'INGLESE
CON METODO



CASARTIGIANI
VERONA
ASSOCIAZIONE

www.artigianiverona.it

LA MOBILITÀ CHE TI SEGUE

NOLEGGIO AUTO, PULMINI 9 POSTI E VEICOLI COMMERCIALI

**NOLEGGIO VEICOLI
LUNGO TERMINE
BREVE TERMINE**
assistenza h24/7 giorni su 7

**SCOPRI
LA MOBILITÀ
SENZA PENSIERI**



Con **San Marco Autonoleggio** hai l'auto giusta per ogni momento della tua giornata e sai sempre cosa stai scegliendo. Senza vincoli. Senza complicazioni. Solo libertà che si adatta a te.

**PREZZI CHIARI. CONDIZIONI TRASPARENTI.
NESSUNA SORPRESA.**

noleggiosanmarco.it



san marco
AUTONOLEGGIO
DA 15 ANNI LA MOBILITÀ SU MISURA



A scuola d'inglese per parlare al mondo

Shenker da oltre 70 anni affianca aziende e professionisti del Triveneto nella formazione linguistica per affrontare le sfide dei mercati internazionali

Do you speak English? In un contesto economico sempre più internazionale, comunicare in inglese è un fattore strategico per la competitività delle imprese. Un'esigenza particolarmente sentita nel Triveneto, uno dei motori produttivi del Paese, dove migliaia di aziende operano all'estero con clienti, fornitori e partner internazionali. A questa esigenza risponde Shenker, realtà specializzata nella formazione linguistica che da oltre 70 anni affianca professionisti, manager e aziende. Con le sedi di Verona, Vicenza e Padova, è un riferimento per le imprese del territorio che vogliono investire nelle proprie risorse e rafforzarsi sui mercati internazionali.

“L'inglese oggi non è più una competenza accessoria, ma uno strumento di lavoro - spiega Jeremy Redi, titolare e responsabile delle sedi Shenker del Triveneto. Le aziende hanno bisogno di persone capaci di parlare una lingua in più situazioni: una riunione, una presentazione, una videoconferenza, una trattativa commerciale o una cena di lavoro con clienti e partner esteri. Il punto non è conoscere l'inglese, ma saperlo usare quando serve”.

Come si entra in confidenza con una lingua straniera? Con metodo. Fondato nel 1954 dall'ingegnere George Shenker, il Metodo Shenker nasce da un principio semplice: una lingua si apprende in modo naturale, attraverso l'uso costante

e diretto. Un approccio basato su comunicazione attiva e interazione continua, diverso dai percorsi fondati su teoria e traduzione.

“Nel mondo aziendale il tempo è una risorsa preziosa - sottolinea Redi. Per questo la formazione linguistica deve essere concreta, misurabile e subito applicabile”. Il Metodo Shenker è stato

**65 corsi
d'inglese
su misura**

sviluppato per acquisire competenze linguistiche in tempi più rapidi rispetto ai percorsi tradizionali, grazie a un sistema certificato che mette al centro conversazione e uso pratico della lingua.

“La nostra forza è il metodo. L'obiettivo è aiutare le persone a superare il blocco tipico di chi magari ha studiato inglese per anni, ma non si sente sicuro quando deve usarlo al lavoro”.

Le aziende del Triveneto affrontano sfide sempre più complesse: internazionalizzazione, export, fiere, clienti esteri, recruiting di talenti da altri Paesi e team multiculturali. In tutti questi ambiti, l'inglese è uno strumento essenziale per creare opportunità e valore. Per rispondere a queste esigenze, Shenker propone percorsi personalizzati sulle necessità di organizzazioni e professionisti. Ogni programma parte dall'analisi del livello linguistico e degli obiettivi aziendali, per poi svilupparsi con lezioni individuali o in piccoli gruppi, in presenza oppure online, coach madrelingua e contenuti specifici di settore. “Ogni impresa ha bisogni diversi

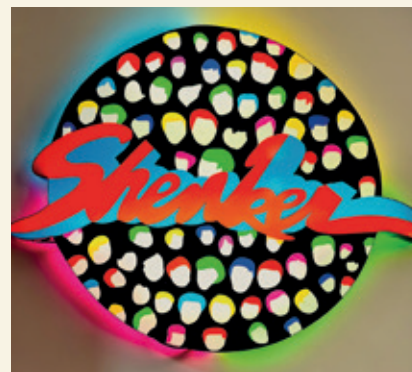
- prosegue Redi. C'è chi deve preparare il personale per una fiera internazionale, chi lavora con clienti esteri, chi gestisce relazioni commerciali fuori dall'Italia o team multiculturali. Per questo il percorso deve partire dagli obiettivi reali dell'azienda”.

Per questo Shenker offre piani formativi target costruiti sulle esigenze di ogni settore: Presentations, Marketing, Human Resources, International Business, Negotiations, Public Speaking sono solo alcuni dei 65 corsi a catalogo.

“Anche la flessibilità organizzativa è fondamentale - osserva Redi. Le attività formative possono essere pianificate in base alle esigenze dell'azienda, consentendo a manager e collaboratori di integrarle nel calendario professionale senza impatti sulla produttività”. Le sedi Shenker di Verona, Vicenza e Padova operano in un territorio crocevia di relazioni economiche, commerciali e culturali: aree produttive del Veneto e del Triveneto con forte vocazione internazionale, dove servono competenze linguistiche sempre più evolute. Investire nella formazione linguistica significa investire nel capitale umano e nella capacità dell'impresa di competere in mercati interconnessi. In un'economia in cui velocità delle relazioni e qualità della comunicazione fanno la differenza, l'inglese è una leva strategica di crescita. Shenker offre alle aziende la possibilità di accedere ai programmi di formazione linguistica tramite la formazione finanziata, con risorse da avvisi strutturali regionali o nazionali, bandi e programmi

METODO SHENKER

Metodo Shenker e 65 corsi per portare l'inglese dentro il lavoro quotidiano. Dai percorsi per Presentations, Marketing e Negotiations alla formazione finanziata, l'obiettivo è superare il blocco linguistico e trasformare la lingua in competenza operativa.



europei e Fondi Interprofessionali, ed è certificata Iso 9001.

“Il nostro lavoro è aiutare aziende e professionisti a trasformare l'inglese in un vantaggio competitivo” - conclude Redi. Una lingua da usare ogni giorno per lavorare meglio, aprire nuove relazioni e affrontare con più sicurezza i mercati internazionali. O dire semplicemente, con una buona pronuncia: ‘So happy to see you again’, felice di rivederti!”. ●





Il direttore Nico Bellesolo



Artigiani

L'impresa veronese trova casa

Casartigiani Verona, oltre cinquant'anni di storia e più di mille associati, rafforza i servizi e lancia il nuovo portale "Fare Impresa"

Una casa è un luogo in cui si entra quando si ha bisogno di chiedere aiuto, trovare indicazioni utili e orientarsi. Per molti artigiani e piccoli imprenditori veronesi, Casartigiani è proprio questo: un punto di riferimento a cui rivolgersi per aprire un'attività, gestire un dipendente, affrontare un adempimento sulla sicurezza, cercare credito o semplicemente capire quale sia il passo giusto da fare. Costituita a Legnago nel 1973, l'associazione conta oggi circa 1.200 associati in tutta la provincia. "Il nostro punto di forza è lo spirito stesso che ci guida: riuscire a dare tutti i servizi necessari per gestire l'impresa in modo più semplice", spiega il direttore Nico Bellesolo. Non solo paghe e contabilità, dunque, ma un accompagnamento più ampio che comprende avvio d'impresa, sicurezza, ambiente, gestione dei rifiuti, finanza agevolata, formazione, credito e sviluppo aziendale. "Quando un'azienda ci chiama perché ha bisogno di qualcosa, cerchiamo di seguirla e di dare una risposta".

La platea è ampia: soprattutto artigiani, ma anche micro, piccole e medie imprese, dalla produzione all'edilizia, dall'impiantistica all'arredamento, fino al commercio e ai servizi alla persona. "Oggi le associazioni come la nostra devono dare servizio e far capire che sono in grado di risolvere in maniera pratica e rapida i problemi. Molti arrivano con una necessità precisa, poi scoprono anche tutto il resto che l'associazione può offrire". Proprio da questa esigenza nasce

il nuovo portale "Fare Impresa", sviluppato da Casartigiani per essere ancora più vicina alle aziende e a chi si affaccia per la prima volta al mondo imprenditoriale. Lo strumento prevede un check-up iniziale, con poche domande a risposta multipla, per raccogliere le informazioni principali e orientare l'utente tra i passaggi necessari. "Ci rivolgiamo anche a chi ha un'idea imprenditoriale e ha bisogno di orientarsi, di capire che direzione prendere per aprire un'attività: assumere dipendenti, gestire sicurezza e ambiente, conoscere obblighi che spesso vengono sottovalutati o non sono del tutto conosciuti".

Tra i servizi diventati più strategici, Bellesolo indica in particolare proprio ambiente e sicurezza. Il nuovo Accordo Stato-Regioni del 2025 ha modificato

diversi aspetti della formazione e della gestione della sicurezza in azienda, rendendo ancora più importante un supporto puntuale. "Dare risposte certe, attente e rapide su questi temi è fondamentale: prima di tutto per evitare incidenti sul lavoro, ma anche per mettere l'azienda in sicurezza rispetto a obblighi e controlli".

Accanto alla consulenza, c'è il credito. Attraverso Fidi Artigiani, Casartigiani può facilitare l'accesso ai finanziamenti rilasciando garanzie alle banche. "È un servizio non sempre conosciuto, ma molto utile per gli imprenditori". E poi c'è la rappresentanza, una parte meno visibile ma decisiva del lavoro associativo: portare alle istituzioni le esigenze delle categorie e delle realtà più piccole. "Se c'è da discutere, far presente un problema o difendere una categoria, l'associazione c'è anche per questo". Nel frattempo, la figura dell'artigiano è cambiata. Non è più solo il mestiere

IN SICUREZZA

Con Fare Impresa, Casartigiani Verona mette a disposizione un primo strumento digitale per chi vuole avviare un'attività o ha bisogno di orientarsi tra adempimenti, sicurezza, ambiente, credito e servizi. Un check-up rapido raccoglie le informazioni essenziali e aiuta a individuare il percorso più adatto.

manuale raccontato in modo idealistico, ma un'impresa contemporanea che deve confrontarsi con norme, digitale, energia, mercato, formazione e passaggio generazionale. "La dimensione romantica dell'artigianato deve rimanere, ma da sola non basta. Serve passione, certo, ma anche impegno e consapevolezza", osserva Bellesolo. "Dispiace vedere un giovane che ha lavorato anni in azienda, vuole aprire la propria attività e poi si blocca davanti a obblighi e burocrazia. Il nostro ruolo è accompagnarlo: sono aspetti da conoscere e gestire, ma non devono diventare un ostacolo insuperabile". Il Veronese conserva tradizioni importanti, dal mobile d'arte della pianura alla ceramica artistica, accanto a settori tecnici e regolamentati. Anche la formazione diventa strategica. Attraverso Iniapa Veneto, Casartigiani promuove percorsi per qualifiche professionali e attività che richiedono preparazione specifica, dalla manutenzione del verde alla meccatronica, fino a estetica e acconciatura. Dal lago alla Lessinia, l'associazione lavora per trasformare problemi complessi in percorsi possibili. "Il riscontro più forte arriva quando un associato, dopo una difficoltà, ci dice che finalmente ha trovato una risposta. È lì che si sente supportato. Ed è così che cresce la fiducia". ●

Circa 1.200 associati nella provincia



Moda



Ceramica

Una medicina del lavoro su misura d'impresa

Sinergia da Sommacampagna (Verona) porta in oltre 700 imprese sorveglianza sanitaria e prevenzione costruita sui rischi reali



Pasquale D'Autilia, Roberta Girelli e Francesco Conatti

La medicina del lavoro nasce da una domanda semplice, ma solo in apparenza: “Che mestiere fai?”. Bernardino Ramazzini, padre della disciplina, la poneva ai pazienti per capire se la malattia fosse legata al lavoro. Da quell'intuizione nacque, nel 1700, il primo trattato sulle malattie dei lavoratori. Osservare mansioni, salute e ambiente: da qui parte ancora oggi ogni vera prevenzione, principio che guida Sinergia, società con sede a Sommacampagna specializzata nella sorveglianza sanitaria per le imprese. Attiva dalla fine degli anni Novanta, oggi punto di riferimento per oltre 700 aziende, Sinergia ha scelto fin dall'inizio una strada precisa: “Non volevamo essere una sigla in più nel grande capitolo della sicurezza sul lavoro - racconta Francesco Conatti, socio e amministratore delegato - ma un presidio sanitario accanto alle imprese.

L'idea era fare solo medicina del lavoro, ed è rimasta questa”. Una scelta che in quasi trent'anni ha dato forma a un metodo. La forza della società sta anche nella presenza diretta della competenza medica nella compagine sociale: accanto a Conatti, che segue la parte gestionale, operano il dr. Pasquale D'Autilia, specialista in medicina del lavoro, e la dr.ssa Roberta Girelli, medico competente e specialista in igiene e medicina preventiva. Un assetto che tiene insieme organizzazione, responsabilità sanitaria e conoscenza delle imprese. “Lavoriamo con realtà molto diverse, dall'artigiano alle industrie con migliaia di dipendenti, soprattutto nel Veronese ma anche nelle regioni limitrofe. Chimica e metalmeccanica richiedono

un'attenzione particolare, ma il principio non cambia: ogni impresa ha i propri rischi, mansioni e tempi”. Per questo il lavoro non inizia dalla visita medica. Parte dal Documento di valutazione dei rischi, dal confronto con l'Rspp, Responsabile del servizio di prevenzione e protezione interno o esterno, e dalla costruzione del protocollo sanitario. Ma che cosa significa fare medicina del lavoro dentro un'impresa? “È un passaggio tecnico, ma significa prima di tutto capire che cosa accade in un reparto, in un laboratorio, in un cantiere, in un ufficio. I protocolli devono essere coerenti con i rischi. È un obbligo, ma nella pratica non è scontato”. La differenza sta anche nella capacità di tenere insieme persone e procedure. Medico competente, azienda, consulenti, formazione, scadenze: la medicina del lavoro è una rete di responsabilità da coordinare con precisione. “Spesso per coordinare tutte le figure servono mesi. Noi cerchiamo di farlo in giorni. È uno dei feedback che riceviamo più spesso dai clienti”.

Dietro a questa rapidità c'è un'organizzazione che lavora anche quando non si vede:

documentazione, protocolli, gestione informatica delle scadenze, programmazione delle visite, raccordo con consulenti e imprese. Una parte meno evidente ma decisiva, perché permette alle aziende di rispettare gli obblighi senza perdere il senso della sorveglianza sanitaria.

Il tema non è soltanto essere in regola. “Molte aziende - osservano i soci - pensano che una volta ottenuta l'idoneità lavorativa il percorso sia concluso. Ma se il protocollo è costruito male, il problema non riguarda solo il medico: può ricadere anche sul datore di lavoro”. È qui che la medicina del lavoro smette di essere adempimento e diventa tutela

INFORMAZIONI

Dall'artigiano alle industrie con migliaia di dipendenti, Sinergia segue oltre 700 aziende con protocolli sanitari costruiti sui rischi reali. Un'organizzazione che unisce medici competenti, gestione delle scadenze, unità mobile e prevenzione direttamente nei luoghi di lavoro.

e responsabilità condivisa.

A rendere il servizio più vicino alle imprese c'è anche l'unità medica mobile, attiva ogni giorno sul territorio. “Non tutte le aziende hanno un'infermeria o spazi adatti alle visite; spesso si usano sale riunioni o ambienti adattati. Portare il medico in azienda, con un mezzo attrezzato, significa ridurre spostamenti, tempi morti e disagi. Significa far entrare fisicamente la prevenzione nel lavoro”. Audiometrie, spirometrie, screening visivi, alcol test, controlli per sostanze psicotrope e stupefacenti, esami ematochimici tramite laboratorio: gli accertamenti entrano in un percorso non standardizzato. Anche un controllo semplice può diventare un segnale da approfondire, un'indicazione utile. Negli ultimi anni Sinergia ha ampliato lo sguardo alla promozione della salute, principalmente grazie al dr. D'Autilia e alla dr.ssa Girelli. Alimentazione, corretti stili di vita, consapevolezza dei lavoratori: temi che entrano nei percorsi formativi e portano la prevenzione oltre la visita. La società è inoltre centro formativo per tirocinanti della specialità di medicina del lavoro, confermando il legame tra esperienza sul campo e trasmissione delle competenze. “In fondo - conclude Conatti - per noi la sfida è questa: non aspettare che la salute diventi un problema, ma riconoscerla come parte dell'organizzazione aziendale”. ●

La salute è organizzazione aziendale



Un gas su misura per l'industria del Nord-Est

Da vent'anni nel settore dei gas tecnici, Itagas ha trasformato bombole e miscele in un mestiere di precisione, tra alimentare, saldatura e industria

Dalla saldatura dei metalli alla conservazione dei prodotti alimentari fino alla ricerca di laboratorio: i gas tecnici sono presenti in un'infinità di processi produttivi, spesso senza che il consumatore se ne renda conto. "Anche per servire una birra o una bibita alla spina è necessario un gas, generalmente anidride carbonica o una miscela specifica" spiega Marco Comencini, titolare di Itagas. L'azienda nasce dodici anni fa dalla fusione di due realtà già gestite dallo stesso Comencini. Oggi conta una ventina di dipendenti e tre sedi, a Sommacampagna, Porto Viro e Zoppola, garantendo un servizio capillare in tutto il Nord-Est. Itagas è specializzata nella fornitura di gas tecnici, industriali alimentari, gas puri e speciali. L'azienda rappresenta inoltre un punto di

riferimento nel settore della refrigerazione e del condizionamento grazie alla collaborazione ufficiale con General Gas, leader del comparto. "Bombole e pacchi sono di nostra proprietà e disponiamo di un impianto di riempimento a massa molecolare - spiega Comencini -. Possiamo lavorare ossigeno, azoto, argon, anidride carbonica e altri gas, oltre a preparare miscele personalizzate in funzione delle specifiche esigenze applicative dei nostri clienti". Tra gli

ambiti più rilevanti in cui vengono utilizzati i gas vi è quello alimentare, dove essi sono utilizzati nel confezionamento in atmosfera modificata. Una tecnica che allunga la durata commerciale dei prodotti alimentari. Tra i clienti di Itagas figurano cantine, pastifici e aziende dell'industria alimentare. L'azienda produce inoltre ghiaccio secco impiegato soprattutto durante la vendemmia per il raffreddamento delle uve, contribuendo a preservarne la qualità fin dalle prime fasi della lavorazione. Nel settore industriale, invece, il ghiaccio secco viene utilizzato per il Dry Ice Blasting, una tecnica di pulizia criogenica che consente di rimuovere residui e contaminazioni senza

danneggiare le superfici. I gas puri trovano applicazione nei laboratori di ricerca e nelle camere bianche, mentre nel comparto siderurgico sono indispensabili per le operazioni di saldatura e taglio dei metalli. L'offerta comprende anche la gestione diretta dei magazzini presso i clienti: "È particolarmente importante quando si lavora con gas pericolosi - sottolinea Comencini - Occorre controllare le scorte e la corretta separazione dei prodotti, conservati ad alte pressioni o a temperature estremamente basse. Non possono essere gestiti senza conoscere le regole". Per questo Itagas affianca alla fornitura dei gas un servizio di consulenza tecnica, formazione del personale, assistenza logistica e supporto nella gestione della sicurezza, assicurando consegne rapide e un servizio puntuale a supporto delle attività produttive dei propri clienti. ●

**Da 20 anni
nel settore dei
gas tecnici**



Tecnologia e mano artigiana, la doppia anima della stampa

50
years

Centro Stampa Cerea, una lunga storia tra stampa, tecnologia e famiglia

Fondata nel 1976 da Vanni Gobbi e dalla moglie Emanuela Vella, oggi Centro Stampa Cerea coinvolge anche i due figli: Massimiliano e Nikla. "Abbiamo mantenuto una parte di artigianato, ma ci siamo evoluti - racconta Gobbi - che riassume

così il percorso dell'impresa, trasferita ad Asparetto di Cerea nel 2017 e protagonista, da allora, di investimenti importanti: circa un milione di euro in macchinari di ultima tecnologia. Il cuore dell'attività resta la stampa per l'industria: manuali tecnici, packaging, stampa ibrida, offset e stampa in oro, ma anche legatoria a mano, lavorazioni che conservano l'eccellenza dell'artigianato. "Realizziamo etichette in foglio per settori diversi, dalla meccanica all'alimentare, dalle macchine operatrici ai prodotti confezionati - spiega Gobbi -. Sono adesivi che possono avere una funzione tecnica, quando indicano comandi, avvertenze e componenti, oppure accompagnare e valorizzare il prodotto finito". Un'altra specializzazione riguarda la realizzazione dei manuali di istruzione, siano essi in forma di guida rapida, cuciti o incollati, seguendo l'intero processo: dal file alla stampa, dalla piegatura alla rilegatura e al confezionamento. Un lavoro tecnico e ripetitivo solo in apparenza, che richiede precisione, organizzazione e macchine dedicate. A dare ulteriore valore sono le certificazioni: la Iso 9001 per la qualità e, recentemente, la certificazione UL. "Non sono molte le realtà del settore a disporne - sottolinea Gobbi -. Per noi è stata una scelta importante, perché esse ci permettono di



La sede di Centro Stampa Cerea

strutturare il nostro servizio". Accanto alla produzione industriale resta però una lavorazione di nicchia, quasi di altri tempi: la legatoria. Un'attività svolta ancora a mano, spesso direttamente negli studi dei professionisti, con rilegatura a filo e copertine in pelle stampate in oro a caldo. Una rarità che conferma la doppia anima di Centro Stampa Cerea: tecnologia e manualità, industria e mestiere, innovazione e cura artigianale. Centro Stampa Cerea compie 50 anni e racconta una storia d'impresa familiare capace di crescere senza perdere la propria identità. ●



Famiglia Gobbi

Ridisegnare il viaggio d'affari

Btm Travel Management, da vent'anni a fianco di imprese e professionisti nelle trasferte di lavoro, allarga l'orizzonte: pronta una piattaforma che utilizza l'AI per semplificare la gestione dei viaggi



Susanna Peretti, Amministratore General Manager

Ventitré collaboratori, la sede a San Martino Buon Albergo, quasi vent'anni di attività: Btm Travel Management gestisce le trasferte di lavoro di decine di aziende, in un settore dove le abitudini di chi viaggia sono cambiate. “Il viaggiatore più giovane è più digitale, più rapido, più abituato a fare da sé - racconta Susanna Peretti, cofondatrice insieme a Massimo Fiorenza, Marco Garonzi e, dal 2020, Marco Cefoli -. Ma per un'azienda strutturata il viaggio è qualcosa di più complesso: prenotare da soli un volo o un hotel non basta, quando dietro c'è un sistema fatto di autorizzazioni, policy, documenti, costi, sicurezza, assistenza”. Numeri alla mano, nel 2024 Btm ha gestito 93 mila persone in viaggio, con 253 compagnie aeree e oltre 4 mila fornitori tra hotel, noleggi e altri servizi, un tempo medio di risposta di 45 minuti e un risparmio medio del 25% sui costi di trasferta. Il servizio va dalla prenotazione di voli, hotel e noleggi alla gestione di visti e assicurazioni, fino all'assistenza emergenze attiva 24 ore su 24, con un Account Travel Manager dedicato per ogni azienda cliente.

Le nostre
soluzioni tailor
made

“Non lavoriamo soltanto per far risparmiare denaro - spiega Marco Cefoli -. Lavoriamo per far risparmiare tempo. Il valore di una moderna travel management company non è acquistare un biglietto, ma mettere la tecnologia e le persone al servizio del travel manager, automatizzando le attività ripetitive e semplificando la gestione delle trasferte. Così le aziende mantengono il pieno controllo della travel policy e dei costi, dedicando più tempo alle decisioni che generano valore.”

Ogni azienda ha regole proprie su classi di volo, categorie di hotel, tariffe, margini di modifica, passaggi autorizzativi. “Il nostro sistema deve conoscere queste regole, applicarle e renderle operative” - spiega Peretti -. Per questo Btm integra tecnologie di partner esterni con il proprio Crm - il sistema che raccoglie tutte le informazioni sui clienti - invece di affidarsi a un unico grande fornitore, costruendo flussi su misura per ogni cliente. “Le grandi piattaforme lavorano su grandi numeri - sottolinea Cefoli -. Noi abbiamo scelto un'altra strada: soluzioni tailor made, fatte su misura. Ci piace

pensarci come una bottega sartoriale del business travel”. Anche su questo fronte Btm allarga l'orizzonte: è pronta una nuova piattaforma che darà a ogni azienda un ambiente dedicato per consultare dati, report e alert coerenti con la propria travel policy: non si tratta di avvisi generici, ma selezionati in base alle reali necessità. “Il business travel non deve essere visto solo come una spesa, ma come un investimento - dice Peretti -. Alcune riunioni si possono sostituire con incontri online, ma il rapporto diretto conta ancora”. “Abbiamo migliaia di informazioni distribuite tra sistemi diversi - spiega Cefoli -. L'intelligenza artificiale serve a collegarle e restituire un risultato utile, riducendo i tempi di gestione”. Anche la prenotazione autonoma, quando prevista, resta dentro parametri definiti dall'azienda.

“L'autonomia può sembrare efficienza - osserva Peretti -. Ma senza regia l'azienda perde il controllo: non sa dove sono le persone, quanto sta spendendo, come intervenire se qualcosa va storto”. Vale anche per l'assistenza, dove un primo filtro automatico riconoscerà il problema del viaggiatore - un check-in non riuscito, un bagaglio smarrito -. “I casi più semplici si risolvono con istruzioni chiare - chiarisce Cefoli -. Quelli complessi li gestisce l'operatore”. Per Peretti, far viaggiare bene un dipendente non significa scegliere l'opzione meno costosa: “Una trasferta intercontinentale o un tecnico che deve essere operativo appena arrivato

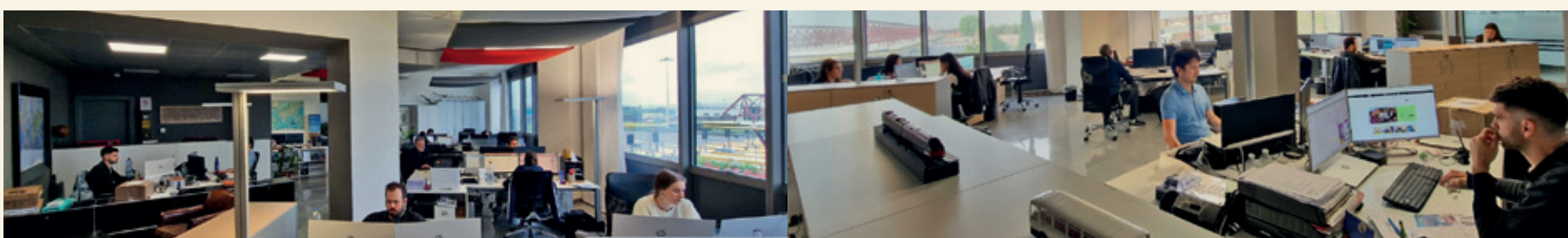
I NUMERI

Nel 2024 Btm ha gestito 93 mila persone in viaggio, lavorando con 253 compagnie aeree e oltre 4 mila fornitori. Il tempo medio di risposta è di 45 minuti, il risparmio sui costi di trasferta raggiunge il 25%. A supportare aziende e professionisti, 23 collaboratori e un'assistenza attiva 24 ore su 24.

richiedono valutazioni diverse. Bisogna tenere insieme costo, tempi, sicurezza e benessere della persona”. La differenza si vede quando qualcosa cambia: scioperi, cancellazioni, crisi internazionali o problemi sanitari richiedono risposte immediate e informazioni affidabili. “Molte informazioni si potranno consultare direttamente e con più rapidità - spiega Cefoli -. Resterà comunque attivo il servizio H24, ma il sistema permetterà di intervenire in modo più tempestivo”. L'ingresso nel network internazionale One Global rafforza la capacità di Btm di seguire i clienti all'estero attraverso partner con conoscenza locale, senza rinunciare al profilo di travel management company indipendente. “La tecnologia è importante, ma il rapporto umano resta fondamentale - conclude Peretti -. Non è un semplice clic”. ●



Ingresso direzione e turismo



Ufficio operativo

Costruire il futuro, ottant'anni dopo

*Dal dopoguerra ad oggi, **Ance Verona** e il legame con il territorio. Il presidente dei costruttori scaligeri, Trestini: "Rigenerazione, sostenibilità e attrattività delle città le grandi sfide che ci attendono"*



Carlo Trestini, presidente di Ance Verona e vicepresidente nazionale

C'è una Verona che si riconosce nei suoi cantieri: nelle case, nelle strade, nei quartieri e negli spazi che, dal dopoguerra a oggi, hanno accompagnato la crescita della città e della provincia. Di questa storia Ance Verona, Associazione Nazionale Costruttori Edili, è da ottant'anni testimone e parte attiva: un anniversario per interrogarsi sul ruolo delle imprese. "Siamo lontani da quel 1946, anno in cui fu costituita, ma Ance Verona, ieri come oggi, continua a essere un riferimento per le imprese edili veronesi - racconta Carlo Trestini, presidente di Ance Verona e vicepresidente nazionale -. "Il percorso dell'associazione coincide con quello del territorio veronese: è una storia di imprese, ma soprattutto di persone che hanno vissuto in modo attivo la città e la provincia". Gli ottant'anni, celebrati alla Cantina Monteleone21 di Sant'Ambrogio di Valpolicella, hanno ripercorso questo

legame tra memoria e futuro: dalla Verona ferita del dopoguerra a una città chiamata a rigenerare edifici, quartieri e infrastrutture, misurandosi con sostenibilità, casa, sicurezza, costi e tecnologie.

Nel tempo anche il ruolo dell'associazione è cambiato. Ance Verona rappresenta le imprese nei

OLTRE 2.000 IMPRESE

Ance Verona opera all'interno del sistema delle costruzioni veronesi e, attraverso la Cassa Edile, rappresenta oltre 2.000 imprese e circa 12.000 lavoratori. Un presidio che affianca il comparto su appalti, sicurezza, formazione, regolarità e qualificazione.

rapporti con le istituzioni, ma è anche un presidio quotidiano di supporto.

"La prima richiesta dei nostri associati è la semplificazione burocratica. Il nostro compito è accompagnare nel rapporto con la pubblica amministrazione, costruendo tavoli di confronto e cercando soluzioni". Un lavoro che riguarda fiscalità, contratti, appalti, urbanistica, sicurezza e formazione. Il bisogno di assistenza è cresciuto con la complessità del settore. Gare, qualificazioni, documentazione e norme in evoluzione richiedono competenze sempre più specifiche, soprattutto per le piccole e medie imprese. Dalla documentazione per i lavori pubblici alle attestazioni Soa, fino agli adempimenti su regolarità e congruità, Ance Verona è un riferimento operativo. Attraverso la Cassa Edile, rappresenta oltre duemila imprese e circa dodicimila lavoratori. Il comparto ha vissuto una trasformazione rapida. "Negli ultimi cinque-sei anni il settore delle costruzioni è cambiato moltissimo - osserva il presidente. Per trent'anni era rimasto quasi statico, poi in poco tempo ha dovuto affrontare trasformazioni profonde. Oggi non basta più costruire: bisogna programmare, controllare i costi, gestire dati, sostenibilità e sicurezza". La sfida principale riguarda il patrimonio esistente. "Il nostro territorio non ha bisogno soltanto di nuovi edifici, ma di recuperare fabbricati, aree e quartieri. La riqualificazione di quanto già c'è sarà fondamentale: serve recuperare il costruito con grandi piani di rigenerazione". Una prospettiva che chiama le imprese a un ruolo diverso: non più soltanto esecutrici, ma partner della pubblica amministrazione e dei privati. "Si tratta di migliorare la qualità della vita e di rispondere anche al tema dell'accesso alla casa - aggiunge, richiamando il

nodo degli affitti calmierati. Accanto alla rigenerazione emergono nuovi bisogni: sostenibilità di edifici e cantieri, digitalizzazione, gestione dei dati e processi evoluti. "Anche nel nostro settore l'innovazione sarà una fase importante ed essenziale per il prossimo futuro. Il compito dell'associazione è fare da ponte tra il cambiamento in corso e la capacità delle imprese di trasformarlo in organizzazione e competitività".

Resta centrale il tema della prevenzione. Anche se i cantieri sono cambiati molto, la salute e la tutela dei lavoratori

continuano a rappresentare

aspetti prioritari. "La sicurezza non è qualcosa che si aggiunge all'attività quotidiana: è parte della lavorazione stessa. Non devo fare un muro e poi pensare al ponteggio: devo costruire quel ponteggio

perché operare in sicurezza fa parte del mestiere". Per questo formazione continua, assistenza nei cantieri e modelli organizzativi promossi dal sistema bilaterale diventano decisivi. Il futuro passa anche dai giovani. Ance Verona conta da decenni su un Gruppo Giovani integrato nella vita associativa, da cui sono cresciuti molti degli attuali dirigenti. "Sono fondamentali non solo per il ricambio generazionale, ma per portare innovazione, tecnologia, nuove competenze e una nuova visione del settore". Anche l'edilizia deve raccontarsi meglio: richiede professionalità qualificate, tecnologie avanzate e percorsi mirati, dagli istituti tecnici agli Istituti.

Verona è un crocevia logistico e infrastrutturale, meta turistica in crescita e territorio produttivo. Ha davanti a sé grandi sfide, dalla sostenibilità alla rigenerazione urbana fino alla carenza abitativa. "La partita non sarà facile - conclude Trestini - ma dobbiamo saper cogliere le opportunità". ●

Ance, 80 anni di storia



Tre storie d'impresa, la forza di un nuovo polo delle costruzioni

*Lonardi, Serpelloni e Bottoli tracciano il primo bilancio di **BlueS Contractors**: oltre 80 collaboratori, due sedi tra Verona e Mantova e una struttura integrata per l'edilizia pubblica e privata*

Quanto deve essere forte oggi un'impresa di costruzioni per affrontare cantieri complessi? Bottoli, Impresa Edile Lonardi e Serpelloni hanno scelto di rispondere mettendo insieme oltre 330 anni di storia, competenze, capitale umano e una visione comune. Dalla rete d'impresa tra le due realtà veronesi e la mantovana Bottoli è nata BlueS Contractors, un nuovo polo attivo nell'edilizia pubblica e privata che, dopo oltre un anno e mezzo, traccia il primo bilancio.

Il progetto si è concretizzato alla fine del 2024, dopo circa diciotto mesi di confronto. "Abbiamo iniziato condividendo le problematiche del settore, le prospettive e le esigenze comuni - racconta Luca Lonardi -. Ci siamo resi conto che operavamo in un bacino simile e che avevamo lo stesso retroterra: imprese familiari, radicate nei territori e costruite in più generazioni". L'impresa Bottoli risale al 1881, Lonardi al 1911, mentre Serpelloni è nata nel secondo dopoguerra. Una longevità non comune, considerata non un punto d'arrivo, ma un punto di ripartenza. "I nostri cognomi rappresentano famiglie e realtà operative nell'edilizia da decenni - sottolinea Mattia Serpelloni -. Le tre aziende si fondano su professionalità, serietà e innovazione. Da qui la volontà di costruire una realtà più forte, pronta a rispondere a un mercato in continua evoluzione". A spingere verso la rete d'impresa sono stati anche i cambiamenti che hanno investito il comparto. Dopo la crescita sostenuta dagli incentivi e dal Superbonus, le imprese hanno dovuto confrontarsi con l'aumento dei costi, le tensioni sulle materie prime e una concorrenza più aggressiva. "Per avere un ruolo di primo piano era necessario alzare l'asticella - osserva Lonardi

-. L'unione ci ha dato strumenti più adeguati per affrontare le nuove sfide". BlueS Contractors opera nelle nuove costruzioni, nelle ristrutturazioni e nei restauri, nei settori civile, industriale, sanitario, residenziale e turistico. Le tre imprese portano esperienze complementari: Lonardi, il radicamento veronese e la presenza nel residenziale e sul Lago di Garda; Serpelloni, l'attività nello sviluppo immobiliare e nella valorizzazione degli immobili; Bottoli, una struttura tecnica consolidata e una maggiore esperienza negli appalti pubblici.

Il risultato è un gruppo che conta oltre 80 collaboratori complessivi, tra tecnici, project manager, personale d'ufficio, operai specializzati e capicantiere. "L'unione tra le tre imprese ha significato soprattutto mettere insieme il nostro capitale umano, che rappresenta la risorsa più importante delle aziende - spiega Francesco Bottoli -. Oggi possiamo contare su circa 40 tecnici dedicati alla gestione delle commesse e 40 operai attivi nei cantieri".

Alle persone si aggiungono le due basi operative di Verona e Mantova, circa 10 mila metri quadrati di magazzini coperti e un patrimonio condiviso

I NUMERI DEL NUOVO GRUPPO

Oltre 330 anni di storia riuniti in un'unica realtà, più di 80 collaboratori tra tecnici, personale d'ufficio e operai, due sedi operative a Verona e Mantova e circa 10 mila metri quadrati di magazzini coperti. BlueS Contractors traccia oggi il bilancio dei suoi primi 18 mesi di attività.



Da sinistra Francesco Bottoli, Luca Lonardi e Mattia Antonio Serpelloni

di macchinari, attrezzature e mezzi d'opera. Una dotazione che permette di coordinare meglio la logistica, razionalizzare le risorse e aumentare la capacità di risposta. "I due poli operativi rappresentano un valore aggiunto - prosegue Bottoli - perché ci consentono di offrire un servizio più efficiente e di seguire commesse articolate con una struttura organizzativa adeguata". Il bilancio di questa prima fase passa anche dai lavori acquisiti. Tra questi, l'ampliamento dei due corpi dell'ospedale Pederzoli di Peschiera del Garda, nell'ambito di una collaborazione avviata nel 2014; la ristrutturazione e l'adeguamento sismico del Palazzo del Vescovo e della Torre del Vescovo, nel centro storico di Verona, con il restauro degli affreschi del Salone dei Vescovi; la realizzazione della Vip Lounge dell'aeroporto Catullo di Villafranca. "La fase iniziale è stata ricca di sfide, ma anche di soddisfazioni - afferma Lonardi

-. Sono risultati prestigiosi, che devono essere uno stimolo a essere all'altezza dei nomi che portiamo e a ripagare la fiducia dei clienti". Accanto alla crescita organizzativa, il gruppo punta su tecnologie, processi sostenibili, efficienza energetica, sicurezza e benessere delle persone. "Rappresentare imprese che insieme superano tre secoli di storia è un onore, ma anche una responsabilità - osserva Bottoli -. Per noi questo è quasi un tempo zero: abbiamo esperienza e competenze, ma saranno i risultati dei prossimi anni a dimostrare la validità del progetto".

Una sfida che passa dalla capacità di trasformare tre storie imprenditoriali in un'identità comune. "La rete è una struttura a maglie saldamente unite e rappresenta bene la filosofia di BlueS - conclude Serpelloni -. Le storie delle tre imprese diventano una competenza condivisa, messa al servizio del cliente e del territorio". ●

Capitale umano e visione comune



Oltre 10.000 mq di magazzini per una gestione logistica di attrezzature e mezzi impiegati per le commesse



Adeguamento sismico della torre e del Palazzo Vescovile in centro storico a Verona, appena completato

L'edilizia che isola, protegge e risana

*Da quarant'anni **Giemme Group** vende e posa materiali tecnici per migliorare il comfort, la sicurezza e l'efficienza degli edifici*



Lo staff di Giemme Group

Quante volte, scegliendo una casa, ci si sofferma su ciò che si nasconde dentro le pareti o sopra un soffitto? Quasi mai. Eppure è proprio lì che si gioca gran parte del comfort abitativo. In questo ambito poco visibile ma

fondamentale opera da quarant'anni Giemme Group, azienda di Povegliano Veronese specializzata in isolamento termico e acustico, impermeabilizzazione, protezione antincendio e risanamento degli edifici. Il tratto distintivo è affiancare alla

vendita dei materiali la posa in opera, eseguita da squadre interne. "L'isolamento oggi è una componente essenziale delle costruzioni, non più un dettaglio da rimandare - spiega Paolo Schiavo, socio e presidente della società. Chi si rivolge a noi cerca un partner che segua il progetto dalla scelta del prodotto alla corretta posa". Gli interventi spaziano dai cappotti termici alle coperture, dalle pareti e controsoffitti al cartongesso. I clienti? Imprese, studi tecnici e privati, con cantieri che vanno dall'abitazione ad alberghi, capannoni e strutture commerciali. "Con le imprese il rapporto è spesso di lunga durata, non conta soltanto il prezzo. Bisogna lavorare in squadra e trovare la soluzione migliore per chi vivrà quello spazio". Una parte ancora di nicchia riguarda la bioedilizia, con sughero, fibra di legno,

lane prive di additivi e calce per il risanamento delle murature storiche. "Si tratta di una scelta consapevole, con costi superiori, ma offre una soddisfazione diversa rispetto a un cantiere tradizionale". Circa l'80 per cento degli interventi si concentra nel Veronese e nelle province confinanti. Nel 2025 l'azienda ha completato un passaggio societario interno, i quattro soci lavoravano già da anni nella struttura. "Chi oggi prende le decisioni conosce dall'interno l'azienda, i clienti e i fornitori. È una continuità difficile da costruire per chi arriva da fuori - conclude Schiavo". Giemme Group conta 18 dipendenti, un magazzino fornito, mezzi propri e incontri di aggiornamento per clienti e professionisti. A questi servizi si aggiunge uno shop online che rende i prodotti tecnici più accessibili anche ai privati. ●

L'isolamento è una componente essenziale



Le strade, una storia di famiglia

***Campagnari Bruno**, da 60 anni sul territorio. Dalle costruzioni stradali agli interventi per il Catullo*

C'è una strada ben tracciata che parte da Caprino Veronese. È quella dell'azienda Campagnari Bruno, realtà familiare che dalla fine degli anni '60 opera nelle costruzioni stradali, nelle urbanizzazioni e nelle opere esterne: piazzali, marciapiedi, fognature, sottoservizi e interventi per Comuni e privati. Fondata intorno al 1967, l'azienda porta ancora il nome

del nonno Bruno. Oggi a guidarla sono Simone Campagnari, il fratello Riccardo e il padre Adriano, protagonisti del passaggio generazionale avviato nel 2008. "Dal 2008 siamo subentrati noi, rilevando le quote, e continuiamo a portarla avanti come realtà di famiglia" - racconta Simone Campagnari. Il cuore dell'attività resta quello delle costruzioni stradali e delle urbanizzazioni.

"Lavoriamo per Comuni e privati, soprattutto nel Veronese, ci occupiamo di acque bianche, acquedotti, allacciamenti, pavimentazioni, cordone, recinzioni, terre armate, scavi, demolizioni e sistemazioni esterne". Tra le collaborazioni ci sono Sant'Ambrogio, Costermano, Torri, Verona, Caprino e Bardolino, oltre ad aziende del territorio. Campagnari Bruno è qualificata nelle

categorie Soa Og1, Og3 e Os1 ed è socia di una cava per il recupero degli inerti. Da circa 22 anni collabora inoltre con l'aeroporto Valerio Catullo per lo sgombero neve. In inverno uomini e mezzi garantiscono l'efficienza di piste, parcheggi e aree operative: un impegno che racconta un'azienda abituata a intervenire dove le infrastrutture devono funzionare. ●

Gas, reti e territorio, cambia la distribuzione

Dalle regole europee alla sicurezza del servizio, Rete Morenica rafforza investimenti e competenze. Intervista all'Amministratore Unico Claudio Dal Grande



Intervento con tamponatrice

Competenze tecniche, investimenti, presidio locale e capacità di adattarsi a un quadro normativo sempre più complesso. La distribuzione del gas metano sta attraversando una fase di profonda trasformazione, spinta da nuove regole europee, dall'attenzione alla riduzione delle emissioni e da controlli sempre più stringenti sulla sicurezza e sull'efficienza delle reti. È in questo scenario che opera Rete Morenica Srl, società a totale partecipazione pubblica attiva nella gestione delle reti gas sul territorio veronese. Una realtà locale che, pur nelle dimensioni contenute rispetto ai grandi gruppi nazionali, si confronta con le stesse sfide tecniche, regolatorie e organizzative del settore. “Le sfide sono molteplici - spiega Claudio Dal Grande, Amministratore Unico di Rete Morenica. Oggi il settore è fortemente regolato da Arera, che definisce standard tecnici, qualitativi ed economici molto precisi. A questo si aggiungono le recenti normative europee sulla riduzione delle emissioni di metano, che richiedono controlli sempre più frequenti e sistemi avanzati di monitoraggio delle reti”. Il riferimento è al regolamento europeo 2024/1787, che introduce obblighi rigorosi in materia di rilevazione e riduzione delle dispersioni di gas. Per le aziende significa rafforzare i controlli, adottare procedure puntuali di verifica e intervenire rapidamente in caso di anomalie. “Le aziende devono effettuare controlli periodici sugli impianti attraverso protocolli specifici di Leak Detection and Repair. È un cambiamento importante che richiede investimenti, organizzazione e personale qualificato”. In questo contesto, la dimensione aziendale diventa centrale. Rete Morenica rientra tra i “piccoli distributori”, ovvero operatori con meno di 50 mila punti di riconsegna attivi. Una condizione che comporta alcune criticità, soprattutto sul piano dei costi, perché spese gestionali e investimenti vengono ripartiti su un bacino di utenze

più contenuto. “Questo comporta alcuni svantaggi rispetto ai grandi gruppi nazionali - osserva Dal Grande. Tuttavia, Arera riconosce alcune compensazioni tariffarie proprio per mantenere sostenibili le realtà territoriali come la nostra”.

La dimensione locale rappresenta però anche uno dei punti di forza della società. La presenza sul territorio permette di conoscere da vicino le esigenze delle comunità servite, garantire rapidità di intervento e mantenere un rapporto diretto con enti soci e utenti. “Una società come Rete Morenica conosce direttamente le esigenze delle comunità servite e riesce a garantire rapidità di intervento, continuità del servizio e attenzione agli utenti - afferma Dal Grande.

Essendo una società a totale

partecipazione pubblica, abbiamo come obiettivo prioritario non soltanto il risultato economico, ma anche la qualità e la sicurezza del servizio”.

La trasformazione passa anche dalle persone. Normative sempre più articolate, strumenti tecnologici avanzati e standard di sicurezza elevati richiedono competenze specialistiche e aggiornamento costante. Per una realtà territoriale, poter contare su figure tecniche interne preparate diventa strategico. “Il personale tecnico conta moltissimo - conferma Dal Grande. In aziende come la nostra è fondamentale avere figure tecniche interne preparate, capaci di gestire sia gli aspetti operativi sia quelli normativi. Oggi la professionalità delle persone rappresenta uno degli elementi strategici più importanti”. Accanto

IL BILANCIO 2025

Il bilancio 2025 conferma la tenuta di Rete Morenica: circa 938 mila euro di utile netto e oltre 1,83 milioni riconosciuti ai Comuni soci per il vettoriamiento. Un risultato che restituisce il senso di una società pubblica locale che unisce solidità economica, efficienza e servizio alle comunità.

alle sfide regolatorie e operative, Rete Morenica guarda ai risultati raggiunti. Il bilancio 2025 si è chiuso con un utile netto pari a circa 938 mila euro, pur avendo riconosciuto ai Comuni soci oltre 1,83 milioni di euro quale quota di vettoriamiento. “È un risultato che conferma la solidità della società e il lavoro svolto in questi anni - evidenzia Dal Grande. Un equilibrio che, per una società pubblica locale, significa tenere insieme efficienza e servizio ai cittadini”. Guardando al futuro, le priorità sono sicurezza delle reti, innovazione tecnologica, formazione del personale e capacità di accompagnare la transizione energetica senza perdere il legame con il territorio. “Continueremo a investire sulla sicurezza delle reti, sull'innovazione tecnologica e sulla formazione del personale - conclude Dal Grande. La transizione energetica richiederà sempre più competenze e capacità di adattamento, ma siamo convinti che una gestione attenta e radicata sul territorio possa continuare a garantire un servizio efficiente e di qualità ai cittadini”. ●

Dimensione locale, punto di forza



Riparazione perdita gas



Analisi gascromatografiche



Costruzione componenti in officina

La fabbrica dell'aria su misura



Luca Bissoli, co-founder e CEO

Clivet Air, l'azienda che progetta e produce a Isola della Scala centrali per il trattamento dell'aria, tra efficienza, personalizzazione e mercati internazionali

- Clivet realizza macchine per generare acqua calda e fredda; noi progettiamo sistemi che impiegano questi fluidi termici per riscaldare, raffrescare e trattare l'aria negli ambienti". La

differenza è tutta nel metodo. Qui non si parla di prodotti uguali per tutti, ma di macchine costruite su misura, in base alle richieste del progetto.

"Il nostro è un prodotto customizzato. Ascoltiamo il progettista, l'installatore, capiamo quali sono le esigenze dell'impianto e costruiamo la macchina di conseguenza. La personalizzazione è il nostro punto di forza". La destinazione finale può essere un ospedale, un albergo, un centro commerciale, un'industria o un grande gruppo della distribuzione e del food. Il cliente diretto, però, è spesso l'installatore, cioè chi realizza l'impianto. "Noi costruiamo la

macchina, l'installatore la porta nell'edificio". Fondata quindici anni fa, Clivet Air conta oggi circa venticinque persone e lavora attraverso la rete commerciale di Clivet Spa. I prodotti arrivano in tutta Europa e oltre i confini. "Tra i mercati più interessanti ci sono il Nord Africa, l'Algeria, la Tunisia e l'Egitto, Paesi in crescita dove la domanda di climatizzazione e trattamento dell'aria è sempre più forte". Ma il cuore resta il prodotto. Ed è proprio qui che Bissoli torna a sottolineare un punto centrale: parlare solo di caldo e freddo sarebbe riduttivo. "Noi non realizziamo semplici macchine per il condizionamento. Produciamo macchine per il trattamento dell'aria. Dentro c'è il rinnovo, cioè il ricambio dell'aria, c'è la gestione della



temperatura, quindi caldo e freddo, c'è l'umidificazione, la deumidificazione, la filtrazione. E, quando serve, si possono inserire sistemi di purificazione attiva". In pratica, una centrale trattamento aria fa in modo meccanico ciò che un tempo si faceva aprendo le finestre, ma con molta più precisione. Espelle aria esausta, immette aria nuova, la filtra e la porta alle condizioni richieste dall'ambiente, per garantire il comfort. "In una casa può sembrare semplice; in un ospedale, in un centro commerciale o in un'industria diventa una questione tecnica complessa, dove efficienza e qualità dell'aria devono stare insieme". Anche la sostenibilità entra da qui, come scelta progettuale. Le macchine vengono sviluppate nel rispetto di normative sempre più attente al risparmio energetico e all'efficienza. L'azienda utilizza molto alluminio, materiale riciclabile, e lavora con certificazioni di prestazione, tra cui Eurovent. "Il tema è

progettare prodotti efficienti, misurabili, coerenti con le richieste del mercato e con regole che diventano sempre più stringenti". Accanto alla produzione, c'è anche il rapporto con il territorio. Clivet Air collabora con le scuole, ospita

stagisti e percorsi di alternanza, cercando di avvicinare i giovani al lavoro tecnico e manifatturiero. "Crediamo molto nel rapporto con le scuole. I ragazzi sono bravi, sono digitali, ma hanno bisogno di vedere come funziona davvero un'azienda.

L'esperienza pratica serve a loro e serve anche a noi". In quindici anni, l'azienda è cresciuta portando a Isola della Scala una competenza molto specializzata. "L'aria – conclude Bissoli – quando è trattata bene, non fa rumore. Si percepisce nel comfort di una stanza, nella qualità di un ambiente di lavoro, nella sicurezza di uno spazio pubblico, nella capacità di un impianto di adattarsi a ciò che serve davvero". ●

L'aria trattata bene, non fa rumore

Non chiamateli climatizzatori. È qualcosa di diverso. A Isola della Scala, nella sede di Clivet Air, si progettano e si costruiscono macchine che trattano l'aria: la riscaldano, la raffrescano, la filtrano, la rinnovano, la umidificano o la deumidificano, a seconda del luogo in cui dovranno lavorare. Ospedali, centri commerciali, hotel, industrie, grandi superfici: ogni edificio ha le sue esigenze e ogni impianto nasce da un progetto diverso. Clivet Air fa parte del gruppo Clivet ed è specializzata nella produzione di centrali per il trattamento dell'aria. Una realtà produttiva autonoma nella propria specializzazione, ma inserita nella rete commerciale e industriale della casa madre, fondata a Feltre nel 1989 e cresciuta nel settore delle pompe di calore, dei chiller e dei sistemi per il comfort degli edifici. A guidare l'azienda di Isola della Scala è Luca Bissoli, co-founder e CEO. La storia comincia nel 2010, quando il gruppo Clivet chiama lui e il padre Giorgio per rilanciare una linea molto specifica, diversa dalle macchine standard a catalogo. "Le centrali trattamento aria completano l'offerta della casa madre - spiega Bissoli

LA PRODUZIONE

Dall'Europa al Nord Africa, le centrali per il trattamento dell'aria progettate a Isola della Scala rispondono a una domanda in crescita: edifici più efficienti, ambienti più salubri e impianti costruiti su misura.



Il gruppo aziendale

Serramenti senza confini, dagli spazi commerciali al residenziale di pregio

Bmb, l'azienda che progetta, realizza e posa infissi e carpenterie per la Grande Distribuzione Organizzata, con precisione e rispetto nei tempi

Quante volte, entrando in un supermercato o in un centro commerciale, ci si ferma a guardare la porta appena attraversata? Mai, probabilmente. Ed è proprio questo il punto: dietro le vetrine, gli ingressi e le facciate c'è una macchina organizzativa fatta di capitoli, tempi da rispettare, standard da replicare e cantieri aperti su tutto il territorio nazionale. In questo spazio poco visibile al consumatore, ma non a chi costruisce, opera Bmb, azienda di Montecchia di Crosara specializzata nella progettazione, produzione e posa di serramenti commerciali e carpenterie metalliche.

“La grande distribuzione organizzata rappresenta il nostro core business e la parte più importante del nostro volume d'affari - spiega il dott. Manuel Bernardi, amministratore delegato di Bmb Srl -. Realizziamo serramenti per supermercati, punti vendita e aziende che operano nel mondo della distribuzione commerciale. Lavoriamo principalmente sul mercato italiano

L'INTERNAZIONALITÀ

Dalle vetrine e scale per spazi commerciali a Londra alle ville in Kuwait e Costa Azzurra, fino alle facciate realizzate tra Lugano e Campione d'Italia. Sono le commesse speciali con cui Bmb misura la capacità progettuale, lavorazioni su materiali diversi e gestione della posa anche fuori dai confini nazionali.

e seguiamo i clienti in tutta Italia, accompagnandoli nell'apertura di nuove strutture”.

Ma che cosa significa, davvero, seguire un cliente della Gdo? Certamente non soltanto fornire porte, finestre o facciate. Bmb segue l'intero processo: dalla lettura del progetto al disegno esecutivo, dalla produzione delle strutture alla posa in cantiere, occupandosi anche della carpenteria necessaria alla realizzazione degli edifici commerciali.

“Il nostro punto di forza è avere un ufficio tecnico interno strutturato, composto da otto persone tra tecnici, architetti e designer. Nella grande distribuzione si lavora su capitoli e standard molto precisi, ma questo non significa che manchi la progettazione: c'è un'importante attività di disegno esecutivo e di ricerca delle soluzioni tecniche più adatte. Siamo in grado di dialogare con le imprese utilizzando i loro stessi applicativi e di proporre alternative quando il cantiere lo richiede”.

L'azienda conta circa 81 dipendenti tra produzione, uffici e cantieri. Quasi la metà sono posatori, e non è un dettaglio da poco.

“Nel nostro settore è frequente affidare alcune lavorazioni all'esterno. Noi, invece, abbiamo squadre interne, formate e coordinate direttamente. Per il committente significa poter contare su persone che conoscono i nostri metodi e le caratteristiche delle commesse. È anche per questo che veniamo considerati partner e non semplicemente fornitori”.

Alluminio e vetro sono i materiali più utilizzati, mentre acciaio e bronzo



Facciata vetrata - rivestimento

entrano nelle commesse più particolari, quelle che portano Bmb fuori dal perimetro della Gdo. Accanto al core business, l'azienda sta sviluppando il segmento retail e quello del residenziale di pregio, dove il rapporto con architetti e designer assume un peso diverso.

“Cambiano le esigenze, i tempi e il livello di personalizzazione.

Nel commerciale lavoriamo soprattutto con imprese di costruzione; nel residenziale e nel retail il confronto è più diretto con architetti e progettisti. Oggi rappresentano una quota più contenuta del fatturato, ma vogliamo crescere in modo graduale e strutturato”.

I risultati, in questa direzione, già si vedono. VetroQuadro, il sistema sviluppato dall'azienda per i serramenti

di pregio, ha accompagnato realizzazioni anche oltreconfine: da una villa in Kuwait, con elementi in bronzo, a vetrine e scale per spazi commerciali a Londra, fino a una villa in Costa Azzurra. Non mancano i progetti più vicini, come una facciata in alluminio

effetto corten a Lugano e un edificio residenziale a Campione d'Italia. Bmb ha inoltre prodotto, per conto dell'impresa titolare dell'appalto, serramenti in acciaio destinati al Palazzo delle Nazioni Unite di Ginevra.

Sorge spontanea una domanda: dove sta il vero salto di qualità? Nella trasformazione più silenziosa, quella interna. Negli ultimi anni Bmb ha investito nella formazione, nella digitalizzazione e nel controllo di gestione, arrivando alla redazione del suo primo bilancio di sostenibilità alla fine del 2025. La formazione continua del personale è inserita in un piano triennale di sviluppo delle competenze. “Digitalizzare significa migliorare i rapporti con le imprese, rendere più fluidi i processi e costruire un'organizzazione sempre più manageriale - conclude Bernardi -. Abbiamo approfondito anche i temi dell'intelligenza artificiale e della robotica, per capire quali attività automatizzare e come rispondere alla difficoltà di trovare manodopera. Alla fine del 2025 abbiamo inoltre investito in un nuovo macchinario che aumenta la capacità produttiva del 50%. L'obiettivo è consolidare ciò che siamo, mantenendo la Gdo al centro, ma mettendo le competenze maturate al servizio anche del retail e dei progetti più complessi”.

La Gdo è il nostro core business



Interno residenziale di lusso



Facciata vetrata

Un progetto su cui camminare

*Dai campi sportivi ai giardini sintetici, **B-Sport**, una specializzazione veronese nelle superfici in resina ed erba sintetica: dal progetto alla realizzazione*



Giardino in erba sintetica

Camminare, correre, giocare, allenarsi. Oppure uscire in giardino, attraversare un terrazzo, accompagnare un bambino in un'area giochi e non pensare a cosa abbiamo sotto i piedi, proprio lì, dove si misura la qualità di uno spazio. Ci avete mai fatto caso? Una pavimentazione sportiva deve dare sicurezza, grip e durata. Un giardino in erba sintetica deve essere bello, drenante, resistente e facile da mantenere in ordine. Dietro a tutto questo c'è un progetto che B-Group Verona, marchio commerciale di B-Sport Srl, realtà specializzata in pavimentazioni sportive, superfici multifunzionali in resina ed erba sintetica e giardini in erba sintetica decorativa, porta avanti da cinque anni.

La storia comincia nel 2020, in pieno Covid. Per Nicola Bertasi, titolare e allora commerciale in un'azienda, è il momento di una scelta imprenditoriale. Bertasi ha già un'esperienza ventennale nel settore vendite.

L'intuizione nasce osservando il territorio. "Ho visto che c'era un vuoto e ho cercato di riempirlo - spiega Bertasi -. Da qui la scelta di unire competenza tecnica e il cosiddetto servizio chiavi in mano. Dove entra in gioco B-Sport? Le

pavimentazioni sportive sono una delle anime dell'azienda. B-Group Verona realizza superfici in resina ed erba sintetica per campi da gioco, palestre, centri sportivi, scuole e strutture pubbliche. "Collaboriamo maggiormente con centri sportivi e soprattutto con i comuni - spiega Bertasi. Qui l'estetica conta, ma viene dopo. Con la pavimentazione in resina andiamo a dare planarità, grip e bassa manutenzione". Una superficie sportiva deve accompagnare la performance atletica, ridurre il rischio di cadute e resistere all'uso e quindi al tempo. "Se mantenuta correttamente, una pavimentazione sportiva in resina dura almeno una decina d'anni. In seguito è possibile rinnovare

la superficie, ravvivando i colori con un intervento leggero". L'altra anima è l'erba sintetica decorativa, destinata a giardini privati, terrazzi, balconi, bordi piscina, parchi gioco, scuole, hotel, ristoranti, campeggi, spazi aziendali e arredo urbano. Non è più soltanto il prato scelto da chi vuole ridurre la manutenzione, ma una soluzione per rendere fruibili spazi dove il verde naturale sarebbe difficile da gestire. La differenza la fanno anche le caratteristiche del manto: altezza del filato, densità, morbidezza, colore e capacità drenante vengono valutati in base allo spazio e all'utilizzo previsto. Il risultato deve essere realistico alla vista, piacevole al tatto e stabile nel tempo, anche quando l'area è molto vissuta. "La richiesta principale è avere un effetto sempre più reale possibile. La tecnologia va avanti e oggi è possibile avvicinarsi e raggiungere risultati molto apprezzabili" - osserva Bertasi. Anche in questo caso, la posa è solo l'ultimo passaggio. "Noi facciamo la progettazione e consegniamo un risultato completo, chiavi in mano - sottolinea. Il lavoro parte dal sopralluogo e prosegue con scelta del prodotto, preparazione del sottofondo, drenaggio, posa, rifilatura, sigillatura, sabbiatura e spazzolatura finale. "Entriamo a casa delle persone, ci occupiamo di tutto: rimuoviamo la terra in eccesso, prepariamo il sottofondo e poi andiamo a posare e ultimare il lavoro. Un

giardino in erba sintetica non si appoggia a terra come un tappeto. Magari fosse così" - spiega sorridendo Bertasi -. Il risultato finale si vede in superficie, certo, ma la qualità sta sotto: nella preparazione del fondo, nel drenaggio corretto, nella posa, nella sigillatura e nella sabbiatura. Anche la scelta dei materiali conta: i prodotti utilizzati sono privi di cadmio e piombo, resistenti agli agenti atmosferici e pensati per durare nel tempo, anche in presenza di animali domestici. "La sostenibilità sta andando sempre più in quella direzione - conferma Bertasi. La manutenzione cambia forma: niente tagli, irrigazione e concimazione, ma è comunque consigliata una cura periodica".

Sempre più spesso il cliente cerca anche uno spazio finito, non solo una superficie ordinata. "L'esigenza è avere un unico referente, una persona con cui parlare e interfacciarsi. Ma cresce anche l'attenzione per la parte decorativa: l'aiuola intorno alla pianta, i sassi, una sistemazione più curata. Quello che offriamo, in fondo, è uno spazio verde utilizzabile tutto l'anno". Oggi la squadra conta sette persone e Bertasi coordina l'attività, seguendo direttamente le commesse più complesse. Dopo cinque anni di crescita, la fase nuova è il consolidamento. "L'impegno è molto ma è gratificante, in questi anni abbiamo costruito riconoscibilità e fiducia e non ci fermeremo". ●

Cinque anni di crescita, ora il consolidamento

REALIZZAZIONI CHIAVI IN MANO

Due specializzazioni, un unico metodo: da un lato pavimentazioni sportive in resina ed erba sintetica per campi, palestre, scuole e centri sportivi; dall'altro giardini, terrazzi, aree gioco e spazi outdoor in erba sintetica decorativa. In entrambi i casi, B-Sport parte dal progetto e arriva alla realizzazione chiavi in mano.



Pavimentazioni sportive

La luce dei grandi cantieri

Dalle torri faro alla parità di genere, Tre Erre Impianti Società Benefit da vent'anni porta nelle opere una cultura d'impresa che unisce tecnica, certificazioni e responsabilità



Anna Sambugaro e Gianluca Rossi, Tre Erre Impianti SB

Prima di tutto, la luce. Quella degli stadi, dei parcheggi, delle infrastrutture pubbliche. Ma il raggio illuminante è più ampio: l'impiantistica elettrica civile e industriale, fatta di progettazione, installazione, manutenzione, sicurezza e capacità di gestire cantieri complessi. È in questo ambito che Tre Erre Impianti Società Benefit, realtà di Villafranca di Verona, ha costruito negli anni la propria identità, affiancando enti pubblici e imprese con soluzioni tecniche su misura. "Il nostro core business è l'illuminazione pubblica, degli impianti sportivi e delle grandi aree -

racconta Gianluca Rossi, Amministratore Unico e titolare dell'azienda -. Una specializzazione maturata dentro un'esperienza più ampia negli impianti elettrici, che ci consente di intervenire in contesti diversi: edifici civili, strutture commerciali e industriali, infrastrutture, aree esterne e opere pubbliche".

Sul campo da più di vent'anni, Tre Erre Impianti lavora per pubblico e privato nei cantieri che richiedono progettazione, mezzi e competenze specialistiche. "La certificazione Soa ci permette di partecipare agli appalti pubblici, rafforzando un profilo orientato alla gestione complessiva del lavoro".

Illuminare uno stadio, un parcheggio o un casello non significa semplicemente "fare luce". Significa studiare consumi, sicurezza, durata, manutenzione e tecnologie. "Possiamo seguire il lavoro dalla progettazione alla realizzazione dell'impianto - spiega Rossi -. Una nicchia impegnativa, che richiede investimenti continui in camion, gru, piattaforme aeree e attrezzature specifiche, ma nella quale l'azienda ha

costruito una parte importante della propria riconoscibilità.

Tra i lavori più significativi ci sono il Palatrento e l'intervento sulle torri faro dell'A4, tra Brescia e Padova, con la sostituzione di quasi 700 fari. "Abbiamo seguito anche la progettazione e abbiamo vinto proponendo una soluzione tecnologicamente migliore, con più risparmio energetico e prodotti più all'avanguardia". Un esempio che riassume la filosofia dell'azienda: investire in qualità, perché il valore di un impianto si misura soprattutto nel tempo. A tenere insieme i diversi piani dell'impresa sono competenze complementari. Gianluca Rossi presidia la parte tecnica, dalla progettazione alla gestione dei cantieri, insieme a Nicola Cordioli, direttore dell'Ufficio Tecnico. Ma c'è chi si occupa di gare, appalti, sicurezza, certificazioni, operatività, manutenzioni, comunicazione, back office e molto altro: una vera squadra, un piccolo esercito in campo per fare bene. Dal 2026 Tre Erre Impianti è Società Benefit, una scelta che formalizza un modo di lavorare già presente nell'identità aziendale: unire competenza tecnica e responsabilità, creando

valore per clienti, persone e territorio. Un impegno misurabile attraverso certificazioni su qualità, ambiente, sicurezza, legalità e parità di genere. "Prima ancora di chiamarle Esg, le chiamavamo buon senso, attenzione, comportarsi da buon padre di famiglia", racconta Anna Sambugaro, moglie di Gianluca e responsabile di impatto. Questa visione si traduce in formazione e scelte. "Per me la sicurezza è fondamentale", sottolinea Rossi. "Voglio che i miei ragazzi tornino a casa sani e salvi ogni sera". La sostenibilità, per Tre Erre Impianti SB, riguarda soprattutto le persone. La certificazione per la parità di genere Uni/Pdr 125:2022 viene interpretata non come contrapposizione, ma come equilibrio. "Non abbiamo

voluta sbilanciare, ma ribilanciare", spiega Anna.

Da qui nasce anche una politica di welfare concreta: tre sedute psicologiche pagate dall'azienda per i dipendenti e le relative famiglie in difficoltà e borse di studio per i figli dei collaboratori, costruite ogni anno attorno ad alcuni obiettivi dell'Agenda 2030. Il sussidio estate è la novità del 2026: 100 euro al mese per ogni figlio impegnato in attività estive. È questa doppia anima, tecnica e valoriale, a rendere particolare Tre Erre Impianti SB. Da una parte impianti elettrici civili e industriali, torri faro, impianti sportivi, grandi aree, tecnologie smart ed energie rinnovabili. Dall'altra una cultura d'impresa che reinveste gli utili in mezzi, attrezzature, sicurezza, formazione e crescita.

Nata nel 1999, l'azienda si è sviluppata con Gianluca e Stefano Rossi in un percorso sempre più strutturato. Un cammino confermato anche dal riconoscimento tra le "Imprese Vincenti" di Intesa Sanpaolo, che nel 2026 ha selezionato Tre Erre Impianti tra 150 realtà italiane.

Oggi l'azienda opera soprattutto in Veneto, con interventi anche in Lombardia e nel Nord Italia. Ma forse la sintesi più efficace resta nel suo modo di lavorare: portare luce non solo dove serve illuminare, ma anche dentro a un modello d'impresa. ●

"Illuminiamo da 25 anni"

FORMAZIONE E WELFARE

Società Benefit significa per Tre Erre Impianti dare forma a un'idea di impresa attenta alle persone. Dalla sicurezza in cantiere alla parità di genere, fino al sostegno ai dipendenti e alle loro famiglie, la crescita aziendale passa anche da formazione e welfare.



Pubblica illuminazione



Fase di installazione di corpi illuminanti



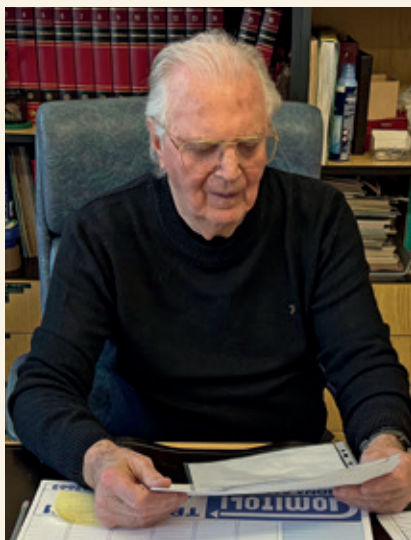
Pala Trento



Parco mezzi

Il trasloco? Un cantiere che dura poche ore

Dalle case alle pinacoteche, dai trasferimenti locali a quelli intercontinentali: **Gomitoli Traslochi** racconta sessant'anni di crescita, organizzazione e aspetti "invisibili"



Ugo Gomitoli

Può durare quattro ore invece di quattro mesi, ma la logica non cambia. Quando un camion occupa parte della carreggiata, un'autoscala raggiunge i piani alti e gli operatori si muovono tra marciapiede e strada, il trasloco diventa un piccolo cantiere temporaneo, che deve essere autorizzato, delimitato e gestito senza lasciare nulla all'improvvisazione. È uno degli aspetti meno conosciuti di un mestiere ancora associato all'immagine di chi carica e scarica mobili, ma che comincia molto prima: sopralluoghi, valutazione degli accessi, scelta dei mezzi, richieste di permessi e pianificazione. E così inizia il nostro viaggio nel mondo dei traslochi. "Quando lavoriamo su suolo pubblico allestiamo un'area di lavoro vera e propria - spiega Mattia Ferroni, titolare di Gomitoli Traslochi, storica azienda del settore attiva da sessant'anni. Dura meno di un cantiere edile ed è meno invasiva, ma deve comunque essere organizzata e segnalata correttamente". Fondata negli anni Sessanta dai fratelli Gomitoli, l'azienda è passata da una dimensione artigianale a una struttura

organizzata, con uffici commerciali e amministrativi accanto alle squadre operative. Opera tra Verona e Mantova, ma segue anche trasferimenti nazionali, internazionali e intercontinentali, dalle case agli uffici, fino a capannoni industriali e, nei casi più delicati, pinacoteche. Per mantenere lo standard operativo, rinnova periodicamente il parco mezzi, tra camion, furgoni, piattaforme aeree e autoscale. Non sempre il lavoro più difficile è quello che appare più complicato. "Un'area pedonale può richiedere molti passaggi burocratici, ma dal punto di vista della sicurezza è spesso più semplice - osserva Ferroni. Il problema cresce quando bisogna occupare una corsia stradale o intervenire vicino a tram e corsie preferenziali". "Utilizziamo birilli, cartelli, frecce direzionali e indicazioni per i pedoni; se necessario, il traffico viene regolato con il senso unico alternato, per sicurezza della squadra di lavoro e dei passanti". La sicurezza, però, non comincia il giorno del trasloco: si costruisce durante tutto l'anno, con investimenti in formazione, abbigliamento adeguato, attrezzature e dispositivi di protezione.

LE GARANZIE

Una copertura assicurativa adeguata protegge il cliente in caso di danni, ma deve essere commisurata ai beni trasportati. Per opere d'arte, arredi di pregio o trasferimenti internazionali servono garanzie specifiche, definite prima del trasloco.

Gli operatori vengono preparati sulla movimentazione manuale dei carichi, ma anche sul primo soccorso e sull'antincendio. "Può sembrare scontato, perché sono adempimenti previsti per tutte le aziende, ma la differenza sta nell'approccio - sottolinea Ferroni. Per noi la formazione non è qualcosa da fare una volta e archiviare, ma un investimento continuo". Sollevare, spingere e trasportare un mobile sono gesti quotidiani, ma non banali: una tecnica sbagliata può mettere a rischio gli operatori o danneggiare gli arredi. Il sopralluogo valuta accessibilità, ingombri, altezza dei piani e spazio

per i mezzi, ed è da qui che nasce l'organizzazione del lavoro, che può comprendere imballaggio, smontaggio e montaggio degli arredi. Negli anni l'azienda ha affiancato anche servizi di magazzinaggio e deposito, con box riservati e contratti calibrati su durata e coperture assicurative, in ambienti con sistemi antincendio e antifurto, oltre allo smaltimento rifiuti in discariche autorizzate.

Per i traslochi internazionali o particolarmente delicati possono essere predisposti inventari dettagliati, con un'attenzione specifica alle coperture assicurative. "Non basta chiedere se un'azienda è assicurata: bisogna capire in che modo e rispetto a quali beni - precisa Ferroni. Trasportare oggetti di uso quotidiano non è la stessa cosa che movimentare un'opera d'arte o un bene di grande valore". Alle garanzie standard possono aggiungersi polizze stipulate sulla base degli oggetti dichiarati dal cliente. È anche questo lavoro, quasi sempre invisibile, a spiegare la differenza tra un preventivo e l'altro. Il prezzo non comprende soltanto il camion, le ore e la manodopera: dentro ci sono formazione, assicurazioni, autorizzazioni, segnaletica e attrezzature. "Quei costi che possono rendere un preventivo più alto sono gli stessi che permettono al cliente di sentirsi tutelato - aggiunge

Ferroni. Servono a ridurre i rischi e a intervenire con competenza quando il contesto presenta delle difficoltà". Il risparmio iniziale, dunque, non sempre coincide con il vantaggio finale. La qualità di un trasloco non si misura solo da ciò che arriva a destinazione, ma da tutto ciò che è stato previsto prima. La parte più evidente è il camion che riparte concluso il trasloco. "Ciò che ha fatto la differenza - conclude Ferroni - è l'organizzazione che ha permesso di farlo senza incidenti, ritardi o danni". ●

Il trasloco è un cantiere



Il team



Marco Vicentini

La parola noleggio è entrata sempre più nel linguaggio e nelle abitudini di persone e imprese. Non è più soltanto una soluzione temporanea per chi resta senza auto o deve affrontare un viaggio, ma un modo diverso di concepire la mobilità, basato sull'uso anziché sulla proprietà del mezzo.

Autonoleggio San Marco lo aveva intuito quindici anni fa. Nata a Verona nel 2011 con una flotta contenuta, composta soprattutto da pulmini a nove posti, l'azienda è cresciuta seguendo un mercato orientato alla flessibilità, ai costi certi e ai servizi costruiti sulle esigenze del cliente.

“Il vero cambiamento non riguarda soltanto il mercato del noleggio, ma il modo in cui le persone e le aziende concepiscono la mobilità - spiega Marco Vicentini, amministratore delegato di Autonoleggio San Marco -. Oggi il valore non è più nel possesso del veicolo, bensì nella possibilità di disporre della soluzione più adatta alle proprie esigenze, con servizi inclusi e la libertà di adattarsi a contesti che cambiano rapidamente”.

L'azienda ha ampliato il parco mezzi, affiancando ai pulmini autovetture, furgoni e veicoli commerciali, con motorizzazioni a benzina, diesel, ibride, plug-in ed elettriche, tutti guidabili con patente B. L'offerta comprende il noleggio a breve termine, da un giorno a qualche mese, e il lungo termine, fino a quattro o cinque anni. I clienti sono privati, aziende e professionisti, ma anche società sportive, associazioni,

Il noleggio costruito intorno al cliente

Dai pulmini a nove posti a una flotta diversificata: no allo standard, Autonoleggio San Marco punta su servizi su misura e assistenza 24 ore su 24

operatori del turismo e organizzatori di eventi.

“Non vogliamo proporre un catalogo standard, ma costruire la soluzione più adatta alla necessità. Non vogliamo semplicemente noleggiare un veicolo, ma capire in quale contesto verrà utilizzato e individuare la risposta più efficace, sia dal punto di vista operativo sia economico”.

Emerge così il tratto distintivo dell'azienda: un servizio tailor-made, fondato sull'ascolto e sulla rapidità d'intervento, alternativo ai modelli più impersonali dei grandi operatori.

“Il nostro principale punto di forza è il servizio. Nessun bot e nessun risponditore automatico: i clienti trovano personale formato e disponibile 24 ore su 24, sette giorni su sette. Nel nostro settore la qualità non si misura solo nella consegna del mezzo, ma soprattutto nella capacità di esserci quando serve”.

La disponibilità continua si affianca a una flotta diversificata, che consente di rispondere anche alle richieste improvvise. “Le automobili rappresentano una parte importante dell'attività; inoltre, c'è stata una crescita del noleggio di furgoni, veicoli commerciali e pulmini a nove posti. I primi sono richiesti soprattutto da artigiani e imprese per picchi di lavoro, sostituzioni temporanee o esigenze operative; i pulmini trovano largo impiego nel turismo, nello sport, nelle associazioni e negli eventi”.

Il settore sportivo è uno degli ambiti più significativi. Autonoleggio San Marco collabora con squadre di calcio, pallavolo e basket e con scuole di sci, mettendo a disposizione soprattutto pulmini per trasferte, tornei e ritiri. “In questi casi puntualità e affidabilità non sono dettagli. Servono

LA MOBILITÀ SOSTENIBILE

Autonoleggio San Marco amplia progressivamente la flotta con vetture ibride, plug-in ed elettriche. Una scelta legata non solo alla riduzione dell'impatto ambientale, ma anche ai minori consumi, ai costi di utilizzo e alla possibilità di accedere più facilmente alle aree a traffico limitato.

mezzi adeguati, organizzazione e un interlocutore in grado di trovare una soluzione in tempi brevi”. Anche le formule di noleggio rispondono a bisogni differenti. Il lungo termine cresce soprattutto tra aziende e professionisti, interessati a costi prevedibili, servizi inclusi e minori incombenze amministrative. Il breve termine intercetta una domanda più trasversale: privati con una necessità temporanea, aziende alle prese con picchi di attività, turisti, organizzatori

di eventi e clienti che necessitano di un'auto sostitutiva durante una riparazione.

Accanto alla flessibilità aumenta l'attenzione verso i veicoli a minore impatto ambientale. “Abbiamo introdotto un numero crescente di automobili ibride, plug-in ed elettriche, richieste non solo per ragioni ambientali, ma anche per i consumi, i costi di utilizzo e l'accesso alle aree a traffico limitato”. La domanda green, tuttavia, riguarda soprattutto le vetture e rimane limitata per furgoni e pulmini.

Il territorio veronese resta il principale bacino di attività, anche se negli anni il raggio d'azione si è ampliato. La sfida è continuare a crescere senza perdere il rapporto diretto con il cliente. “La mobilità del futuro sarà sempre meno legata al possesso e sempre più alla possibilità di avere il servizio giusto nel momento giusto - conclude Vicentini -. Vogliamo investire nel rinnovo della flotta, nella sostenibilità e negli strumenti digitali, mantenendo però quei valori di vicinanza, rapidità e consulenza che hanno costruito la nostra storia”. ●



La garanzia di un'assistenza H24



A San Bonifacio, tre generazioni tra gomme e officina

*Dal 1981 la famiglia Franchetto guida **SamboGomme**, oggi punto di riferimento per automobilisti e motociclisti della provincia di Verona*

A San Bonifacio, in provincia di Verona, la lunga storia di SamboGomme, fondata nel secondo Dopoguerra, continua senza interruzioni. Nel 1981 Luca Franchetto e il fratello Gianattilio rilevano le quote



al centro Luca Franchetto con i figli Mattia e Thomas

dell'attività avviata dal padre Gianni. "Oggi l'azienda è arrivata alla terza generazione, con l'ingresso dei miei figli Mattia e Thomas".

Il nome Sambo è rimasto negli anni come marchio conosciuto sul territorio e, da semplice gommista, l'azienda si è evoluta in un'autofficina a servizio completo. Da qui cambia marcia. Il punto di svolta è l'allargamento dei servizi. SamboGomme, oggi punto di riferimento per automobilisti e motociclisti della provincia di Verona, segue auto, moto, camion, trattori e altri mezzi, affiancando agli pneumatici autofficina, tagliandi, freni, ammortizzatori, diagnostica e meccatronica. "Non siamo più solo

gomme - spiega Luca Franchetto. Il cliente cerca un servizio completo, qualcuno che lo accompagni e gli dia tranquillità". Dal 2018 l'azienda collabora con il circuito Kwikfit Italia, rete inglese presente anche a livello europeo, rafforzando l'idea di assistenza a 360 gradi. "Un cambiamento necessario in un mercato dove vetture ibride ed elettriche richiedono competenze nuove, software specifici e aggiornamento continuo". Anche Mattia ha fatto un'esperienza formativa in Inghilterra. Il settore è cambiato profondamente: le normative europee su inquinamento

e smaltimento impongono attenzione costante, in particolare sulla gestione delle gomme esauste, classificate come rifiuti speciali. "Sono tutti aggiornamenti che dobbiamo sostenere ogni volta. Nonostante questo, il vero punto di forza resta la fiducia costruita nel tempo: la storicità della clientela, che però è in continua evoluzione". Guardare avanti significa anche formare persone.

SamboGomme collabora con le scuole del territorio attraverso percorsi di stage e alternanza scuola-lavoro. "Credo moltissimo nei ragazzi, per questo mestiere serve passione, deve piacerti stare in mezzo ai motori e sporcarti le mani". Così

SamboGomme continua a crescere: con le radici di un'impresa familiare e le competenze di un'officina moderna. Sulla strada non basta cambiare una gomma. ●

Collaboriamo con il circuito Kwikfit Italia

Il viaggio di tre generazioni

*La crescita di **Biolo Trasporti**, da un solo camion a una flotta di quaranta mezzi, tra filiera della carta e nuovi mercati*

Quasi quaranta mezzi, una specializzazione nella filiera della carta che arriva fino alle banconote, tre generazioni in azienda: Biolo Trasporti nasce nel 1970, quando Angelo Biolo decide di comprare un camion. "Mio nonno, dopo aver perso il lavoro, iniziò come trasportatore con un solo mezzo - racconta Thomas Biolo, amministratore delegato insieme al padre Gianni e al fratello Derbis -. Nel 1997 nasce la Biolo Trasporti srl

e oggi siamo alla terza generazione". L'azienda opera in tutta Italia, isole comprese, e in misura limitata all'estero, con una forte specializzazione nella filiera cartaria: carta da riciclare, carta nuova, fogli per imballaggi, carte speciali per la stampa e, di recente, carta ad alto valore per le banconote.

Dal 2022 l'azienda ha diversificato, restando nel general cargo: cresce il comparto commerciale, soprattutto abbigliamento e calzature,

e si specializza nel trasporto di rifiuti speciali non pericolosi come carta e plastica. Un'evoluzione che Thomas Biolo osserva anche come presidente di Assotir Veneto.

Tra le priorità dell'azienda c'è sempre il rinnovo della flotta, che viene sostituita ogni quattro o cinque anni: "Un camion recente è più sicuro e confortevole per chi guida, non solo per immagine ma per attenzione alle persone". L'azienda introduce anche i primi strumenti di intelligenza artificiale

per pianificare i viaggi, considerando traffico, stagionalità e tempi di attesa. "L'obiettivo non è sostituire le persone, ma supportare chi gestisce i trasporti: la tecnologia resta al servizio del lavoro umano".

Cinquantacinque anni dopo quel primo camion, la storia di Biolo Trasporti resta prima di tutto una storia di famiglia, radicata nel territorio veneto, che guarda ai rifiuti speciali come nuova frontiera e all'intelligenza artificiale come alleato operativo. ●

Specializzati nella filiera cartaria



Motori di famiglia, da cinquant'anni in corsia di sorpasso

50 years

A Campagnola di Zevio (VR) **F.lli Compri**, concessionaria guidata dalla seconda e terza generazione, accelera da mezzo secolo per dare valore al cliente



Fratelli Compri oggi

Potremmo definirli motori di famiglia. C'è una storia dietro F.lli Compri Autovetture, concessionaria veronese che da circa cinquant'anni accompagna automobilisti, professionisti e imprese nella scelta e nella gestione dell'auto. Una storia nata quasi per un cambio di strada. "Mio padre Angelo faceva il ristorante - racconta Simone Compri, socio e titolare -, poi, grazie anche ai contatti con un allora concessionario Fiat di Verona e a mio zio Carlo che a quel tempo era meccanico dipendente presso un'officina di camion, l'attività ha preso un'altra direzione".

Da lì parte un percorso cresciuto passo dopo passo: prima l'officina, poi l'autorizzazione Fiat nei primi anni Ottanta, gli ampliamenti, la carrozzeria, il centro revisioni e i servizi più recenti. "Siamo sempre stati in evoluzione. Mio padre e mio zio hanno avviato l'azienda, poi negli anni abbiamo continuato ad ampliarla, cercando di rispondere a quello che il mercato e i clienti ci

chiedevano". Oggi F.lli Compri sono rivenditori organizzati Fiat e Service autorizzato: Fiat, Fiat Professional e Alfa Romeo. L'attività si sviluppa su circa 7 mila metri quadrati di terreno, di cui 2.500 di struttura che riunisce vendita, showroom, officina, carrozzeria, gommista e centro revisioni. "Il cliente lo seguiamo prima, durante e dopo l'acquisto. Può venire da noi per una vettura nuova, usata o a chilometri zero, ma può contare anche su assistenza, tagliandi, carrozzeria, gomme, revisioni e vetture sostitutive". Il concetto è quello del referente unico: "Ci sono clienti che comprano da noi perché vogliono avere un punto di riferimento vicino. Non vogliono essere costretti a rivolgersi separatamente a carrozzeria, gommista e officina: preferiscono sapere di poter trovare qui tutti i servizi. Per noi questo è un punto di forza".

Negli ultimi anni l'offerta si è ampliata anche sul noleggio: quello a lungo termine, tramite partner specializzati, pensato soprattutto per aziende e professionisti, ma anche privati. "Permette un costo fisso mensile: nella rata sono compresi veicolo, assicurazione, pneumatici, manutenzione e assistenza, senza pensieri a parte il carburante". Più recente il noleggio a breve termine, con alcune vetture, un pulmino a nove posti e un furgone. L'azienda è anche partner Leasys per assistenza, ritiro e riconsegna dei veicoli, oltre che punto Vetocar per i cristalli e, di recente, collaboratrice di un broker assicurativo per polizze accessorie separate dai piani finanziari: "L'idea è semplificare la vita al cliente, che può trovare coperture accessorie e, in caso di danni, la nostra carrozzeria con franchigie azzerate".

La continuità familiare resta una delle anime dell'impresa. Alla prima generazione, quella dei fondatori Angelo e Carlo Compri, è subentrata la

seconda: Fabio, Maria Cristina e Simone Compri da un ramo, Stefano ed Edoardo Compri dall'altro. Oggi è già presente anche la terza generazione. Simone si definisce un "jolly": segue la vendita, l'acquisto delle vetture usate e, da qualche anno, anche la carrozzeria. "In un'azienda come la nostra bisogna essere pronti a occuparsi di più cose. Poi è chiaro che serve anche delegare, perché non si può fare tutto da soli. Ma lo spirito è quello di esserci il più possibile".

Il mercato principale resta Verona e provincia. Per il nuovo, la prossimità è ancora decisiva; per l'usato, invece, l'online ha allargato i confini. "Le vetture usate viaggiano molto di più. Le

UN NETWORK DI MARCHI E PARTNER

F.lli Compri è rivenditore Fiat, Fiat Professional e Alfa Romeo, con un'offerta allargata anche ai marchi emergenti MG e Leapmotor. A completare il quadro, le collaborazioni con Leasys, Vetocar e un broker assicurativo.

pubblichiamo sul nostro sito e sui portali specializzati, e capita di vendere anche fuori provincia, ma anche in Sardegna o in Sicilia. Se un cliente cerca proprio quella macchina, è disposto anche a spostamenti importanti". Guardando al futuro, la sfida riguarda l'evoluzione del mercato, tra elettrico, nuove abitudini di acquisto e marchi emergenti. "Oggi il settore è un po' in balia degli eventi. L'elettrico prima è stato spinto molto, poi il mercato non l'ha recepito del tutto. La sfida più grande sarà confrontarsi con i colossi cinesi, soprattutto se l'elettrico crescerà davvero".

F.lli Compri si misura anche con le novità del mercato, attraverso collaborazioni con gruppi più grandi e la vendita di vetture MG e Leapmotor. Resta però centrale l'assistenza: "Il prodotto può essere interessante, ma il post-vendita è fondamentale. Alcuni marchi sono ancora complessi da gestire, con il tempo si organizzeranno, ma per noi la qualità dell'assistenza resta decisiva". Un punto fermo, questo, legato al valore più importante per l'azienda: "Una delle soddisfazioni più grandi è avere clienti storici che ci dicono: sto cercando una macchina usata, ma me la devi trovare tu. Vuol dire che si fidano". ●

Siamo sempre in evoluzione



La sede nel 1980



La sede nel 1993



Posa vetro gigante presso l'Azienda Agricola Monte del Frà (VR)



Montaggio Vetrate - Grattaciolo a New York 5ta-6ta Avenue

Non si passa ovunque. E non sempre una gru tradizionale arriva dove il cantiere lo richiede. A volte bisogna attraversare una porta, muoversi in un giardino senza rovinarlo, lavorare a decine di metri d'altezza o sollevare un vetro blindato a pochi centimetri da un'opera d'arte. È in questa zona di confine tra potenza e precisione millimetrica che Levo, con sede a Nogarole Rocca, ha trovato la sua specializzazione: sollevamenti complessi, minigru compatte, ventose e robot per il montaggio del vetro. Maurizio Ferrari, titolare e amministratore, racconta come è arrivato a questa nicchia di mercato. "L'inizio dell'attività passa proprio dal montaggio delle vetrate, in anni in cui diventavano sempre più grandi, pesanti e complesse da movimentare. Venivamo dal mondo delle gru e dei sollevamenti. Poi, lavorando su queste enormi lastre di vetro, ci siamo accorti che servivano soluzioni diverse: macchine compatte, sicure, capaci di arrivare dove una gru tradizionale non poteva entrare". Levo, che non a caso in latino significa "sollevare", nasce attorno alle minigru compatte: strumenti pensati per lavorare in spazi ridotti mantenendo portate importanti. Macchine piccole solo all'apparenza, ma costruite con

Una realtà che fa la differenza

Levo, da Nogarole Rocca, porta nel mondo il sollevamento speciale con minigru, ventose, robot e operatori qualificati

materiali e tecnologie che permettono di movimentare carichi impegnativi senza invadere il cantiere. "Per fare le cose in piccolo ci vogliono testa, forza, ma anche leggerezza, non puoi entrare in un appartamento o in un contesto delicato con un mezzo qualsiasi".

Da quell'esperienza è cresciuta una competenza sempre più ampia sul vetro e sui sollevamenti speciali. Oggi Levo vende, noleggia e utilizza direttamente macchinari di nicchia, dalle ventose ai robot per la posa, lavorando su facciate, grandi superfici, vetri curvi, stratificati o blindati ed elementi architettonici che richiedono attrezzature dedicate.

I clienti sono imprese, vetrerie, aziende di costruzione, noleggiatori, progettisti e realtà impegnate in cantieri complessi.

Il punto di forza non è solo la macchina, ma anche gli operatori Levo, formati e certificati nell'utilizzo delle attrezzature di sollevamento e competenti nella meccanica dei mezzi. In caso di necessità, quindi, non sono semplici utilizzatori, ma tecnici capaci di intervenire. "È una scelta che ci distingue. Quando ti trovi a lavorare in uno spazio complicato, devi sapere usare l'attrezzatura, ma anche conoscerla".

Ogni intervento parte quasi sempre da un sopralluogo. Anche un lavoro di poche ore può richiedere una valutazione attenta: accessi, pesi, ostacoli, vento, altezza, pavimenti da

proteggere, spazi da attraversare. Per Levo non esiste un cantiere uguale all'altro. "Ogni vetro è montato in una situazione diversa. Anche per un intervento breve bisogna studiare prima come arrivare, dove passare e che cosa non rovinare".

Questa attenzione è ancora più rigorosa quando si parla di sicurezza. Sollevare vetri da molti quintali non consente margini di improvvisazione. Levo lavora con macchinari scelti per garantire portate superiori al peso da movimentare e sistemi di presa affidabili. "Non superiamo mai il limite.

Preferiamo macchine che diano sicurezza e durata. Magari sulla gara del prezzo puoi perdere qualcosa, ma nel tempo la differenza si vede".

Tra gli interventi più significativi c'è un lavoro realizzato all'interno di San Pietro prima del Giubileo, per le vetrate blindate a protezione della Pietà di Michelangelo. Un cantiere ad altissima delicatezza, con lastre molto pesanti movimentate a poca distanza dal capolavoro. "Eravamo a sessanta centimetri da una delle opere più importanti al mondo. Una grande emozione, ma anche una grande responsabilità".

Non mancano esperienze fuori dai confini locali. Levo lavora in Veneto, nel Nord Italia e nel resto del Paese, ma ha seguito anche forniture e interventi

LEVO, DAL LATINO "SOLLEVARE"

Il nome racchiude la specializzazione dell'azienda: movimentare carichi importanti con macchine compatte, leggere e ad alta precisione. Minigru, ventose e robot progettati per operare in spazi ridotti, garantendo portata, stabilità e sicurezza anche nei cantieri più complessi.

Potenza e precisione millimetrica



Sostituzione vetrate di protezione dell'opera "Pietà di Michelangelo" in San Pietro

Logistica e spedizioni internazionali: la sfida si vince facendo rete

Abc, la rete d'impresa che rafforza la competitività delle aziende private mantenendo identità e indipendenza

Nel settore della logistica e delle spedizioni internazionali, le Pmi italiane, forti di una lunga storia e radicate nei territori, affrontano le sfide della globalizzazione e di un mercato in continua evoluzione. Da questa consapevolezza è nata Abc Rete d'Impresa, composta da 16 operatori italiani ed europei che condividono competenze, servizi e opportunità di sviluppo. La rete non assorbe le aziende, le connette. Ogni associato mantiene identità e autonomia, condivide le proprie competenze e accede a quelle degli altri, ampliando l'offerta. Per i player internazionali, Abc è un interlocutore unico che riunisce esperienza, know-how e servizi dell'intera rete. "Abc - spiega il direttore Matteo Ravazzin



Matteo Ravazzin

- favorisce collaborazioni e scambio di competenze. Le esigenze dei singoli diventano patrimonio comune della rete, mentre le partnership sviluppate consentono alle aziende di accedere a servizi difficilmente raggiungibili individualmente". Questo modello ha portato Abc a diventare partner esclusivo per l'Italia di Elvis Part Load, Paneco e LogCoop, tra i principali network logistici europei. "Stiamo già lavorando ai prossimi progetti - conclude Ravazzin - dall'intelligenza artificiale applicata alla logistica a nuove collaborazioni nei settori parcel e marittimo. Cambiano gli strumenti, ma l'obiettivo resta lo stesso: aiutare le imprese a crescere insieme senza perdere la propria identità". ●

Costruiamo abiti d'acciaio per il cuore delle macchine

Grossule da oltre quarant'anni realizza carpenterie metalliche per quadri elettrici e sistemi di comando

Un armadio elettrico, prima di essere cablato, è una struttura vuota. Ma da quella struttura dipendono ordine, protezione e sicurezza di ciò che verrà installato dentro: cavi, interruttori, dispositivi elettronici. Da questa specializzazione nasce il lavoro di Grossule, azienda fondata nel 1983 a Santa Maria di Zevio dai fratelli Ezio, Elio e Antonello. Da oltre quarant'anni l'azienda produce carpenterie metalliche per quadri elettrici e apparecchiature di comando: armadi, cassette, leggi, pulpiti destinati ai cablatori, che completano il quadro e lo consegnano al cliente. Il punto di forza è la flessibilità. Accanto alle soluzioni standard, Grossule lavora soprattutto su disegno, seguendo dimensioni e caratteristiche richieste: non si tratta di una produzione impersonale, ma di un abito d'acciaio costruito attorno alle esigenze di chi installa componenti. A fare la differenza è anche la disponibilità a piccoli lotti: dove altri chiedono grandi numeri, l'azienda valuta commesse

contenute, restando un interlocutore utile per cablatori e aziende in Italia ed in Europa. Una crescita costante che passa anche da diverse certificazioni, tra cui la certificazione UL, per i prodotti destinati a Stati Uniti e Canada, e dal rinnovamento dei macchinari: impianti più veloci, efficienti e interconnessi con il gestionale. Così l'esperienza di officina incontra il digitale, con un obiettivo chiaro: costruire protezioni solide per l'"intelligenza nascosta" delle macchine. ●



Una scarpa al passo con i tempi

A San Giovanni Ilarione, **Tomi Calzaturificio** porta avanti una storia familiare e una produzione pensata per il benessere del piede

Lo dicono ortopedici e podologi: il benessere del corpo passa dai piedi. Per questo una scarpa non deve solo piacere, ma accompagnare il passo, sostenere la postura, essere comoda. È il principio che, senza dubbio, nel 1978 ha ispirato Tomi Calzaturificio, l'azienda con sede a San Giovanni Ilarione, specializzata nel marchio La Plume. "L'azienda è stata fondata da mio padre, Menegolo Gianantonio, e oggi siamo alla seconda generazione", racconta Fabio Menegolo. Dopo gli inizi conto terzi, nei primi anni Novanta l'impresa ha scelto il proprio prodotto. Il tratto distintivo è il comfort: calzata ampia, materiali morbidi e sottopiede caratteristico. "Quasi tutta la produzione ha un plantare estraibile dai volumi importanti. Può essere tolto e sostituito con uno su

misura, utile per esigenze specifiche". I materiali vanno dal sughero naturale con lattice, traspirante, al poliuretano, morbido e che assorbe il sudore. Per le tomaie, pelli morbide

e, in alcuni modelli, materiali stretch pensati per alluce valgo o dita a martello. Al benessere si unisce la cura artigianale: tra le lavorazioni distintive resta l'Opanka, cucitura manuale che

unisce tomaia e suola. "La facciamo ancora, rende la calzatura più morbida e confortevole". Negli anni anche l'immagine della scarpa comoda è cambiata. Non è più un prodotto 'da ultima scelta', ma una calzatura per il tempo libero, moderna e adatta a età diverse. "Anche le persone giovani hanno problematiche ai piedi e chi cerca comfort desidera una calzatura attuale, non più sanitaria. Per questo cerchiamo di ringiovanire la collezione". Oggi Tomi Calzaturificio ha un team di 27 dipendenti, fornisce distributori in Italia e all'estero e produce anche per altri marchi. Esporta in Nord America, mercato seguito dal 1989, e in Francia, Germania e Belgio. Un modellista interno sviluppa i prodotti. "Un disegno può essere bellissimo, ma se poi il piede non entra, non serve. Il modello deve poter essere prodotto, venduto e soprattutto indossato - conclude Menegolo. ●

Il tratto
distintivo è il
comfort



La sede di Tomi Calzaturificio



La plastica che muove imprese e cantieri

A Zimella, F.lli Ceni serve rivendite, industrie, cantieri e cantine con oltre 12 mila articoli tra materie plastiche, gomma e lavorazioni su misura

Prima ancora dei numeri, c'è una specializzazione. Materie plastiche e gomma sono il filo conduttore di una lunga storia familiare che oggi prosegue a Zimella, nel Veronese, con F.lli Ceni S.p.A., guidata da Giovanni Ceni.

Grossista multisettoriale, l'azienda lavora per rivendite, industrie, edilizia, agricoltura, enologia e giardinaggio con radici inossidabili: materiali plastici, gomma, tubi, raccordi, lastre e articoli professionali. A dare forza a questa identità sono anche i numeri: oltre 12 mila articoli, più di 4.500 clienti nel Nord Italia e una struttura logistica di 9 mila metri quadrati complessivi, di cui 8 mila destinati ai prodotti, con oltre 5 mila pallet stoccabili.

La storia parte da lontano. "La nostra famiglia è in questo ramo da più di cent'anni - racconta Giovanni Ceni, presidente della F.lli Ceni -. Fu mio nonno Giuseppe ad avviare l'attività nel 1929. Poi, nel 1988, mio padre Giambattista fondò F.lli Ceni". Da allora l'azienda è cresciuta ampliando la gamma, i settori serviti e la capacità organizzativa, fino a diventare un punto

**Dal 1929,
una storia
di famiglia**

di riferimento per una clientela molto diversificata.

La forza dell'impresa sta proprio nell'equilibrio tra specializzazione e ampiezza dell'offerta. "Noi nasciamo servendo le rivendite - spiega Ceni -. Agrarie, ferramenta, colorifici, magazzini edili. Poi forniamo anche direttamente l'industria". Una struttura che permette

all'azienda di lavorare su più mercati e di assorbire meglio anche le oscillazioni dei singoli comparti. "La nostra fortuna è essere presenti in più settori: se rallenta l'industria può tirare l'agricoltura, se un comparto è fermo ce n'è un altro che lavora".

Il magazzino è uno dei punti centrali del modello F.lli Ceni. In un mercato in cui molte aziende preferiscono non tenere grandi scorte interne, la disponibilità immediata diventa fondamentale. "Oggi il prezzo resta importante, ma quello che i clienti guardano sempre di più è il servizio - sottolinea Ceni -. Poca gente ormai si fa il magazzino. Ti chiamano e ti chiedono se hai un bancale di tubo per il vino: se ce l'ho, domani glielo consegno. In pratica il cliente utilizza il nostro magazzino per la sua vendita".

La sede di Zimella nasce proprio per sostenere questo modello di servizio. "Quando ci siamo trasferiti qui abbiamo realizzato il magazzino secondo le nostre necessità - racconta -. Dopo anni in spazi presi in locazione, abbiamo investito in una struttura di proprietà, moderna e organizzata per rendere più efficiente il lavoro. Le consegne avvengono generalmente in 24-48 ore, grazie a una rete commerciale attiva nelle diverse zone servite".

Accanto alla distribuzione, c'è anche una parte di lavorazione interna che dà valore aggiunto all'attività. F.lli Ceni taglia su misura lastre di policarbonato, realizza protezioni per macchinari, lavora semilavorati e raccorda tubi destinati, per esempio, al settore enologico. "Affianchiamo le aziende anche nello sviluppo di macchinari o nuovi prodotti, aiutandole a individuare tubi, lastre e materiali adatti, resistenti per esempio agli acidi o ai carburanti - spiega Ceni -. Con i nostri macchinari



siamo in grado di realizzare anche un prototipo: un pezzo solo per fare una prova, oppure mille pezzi se il prodotto entra in produzione".

La personalizzazione riguarda anche i tubi, che possono essere tagliati, raccordati e marcati con il nome del cliente, la data di fabbricazione o il marchio della cantina. Sono prodotti spesso poco visibili al consumatore finale, ma fondamentali per chi lavora ogni giorno in cantiere, in azienda agricola, in cantina o in uno stabilimento produttivo. Lo stesso vale per lastre in gomma, guarnizioni, protezioni, pavimentazioni, imballaggi, contenitori e materiali plastici utilizzati in ambiti diversi.

Negli anni è cambiato anche il modo di acquistare. F.lli Ceni ha sviluppato un servizio B2B riservato ai rivenditori, con accesso tramite username e password. "Il cliente entra, vede la scontistica, controlla il materiale e la disponibilità di magazzino, poi può ordinare direttamente - spiega Ceni. Uno strumento che guarda al futuro e

I NUMERI

Oltre 12 mila articoli, 8 mila metri quadrati destinati ai prodotti e consegne in 24-48 ore. F.lli Ceni affianca alla distribuzione taglio, raccordatura e marcatura, trasformando la disponibilità immediata in una risposta tecnica per rivendite e industria.

che potrebbe permettere all'azienda di ampliare ulteriormente il mercato, soprattutto su prodotti come tubi raccordati e articoli tagliati a misura. Un futuro che resta legato al principio di crescita senza perdere la capacità di risposta. La digitalizzazione aiuta, il catalogo conta, i numeri danno solidità, certo, ma per Ceni il valore dell'azienda continua a misurarsi nel rapporto con il cliente e nella puntualità del servizio. "Il nostro è un settore tecnico, ma alla fine la differenza la fa il servizio". ●



Il presidente Giovanni Ceni

Il richiamo forte della terra e delle piante

*Dai campi al giardino di casa, **Marchesini Agricoltura** vende prodotti per coltivare, nutrire e proteggere, con una competenza veronese che oggi viaggia anche online*



C'è chi entra con una richiesta precisa per l'azienda agricola e chi arriva in negozio con una foglia malata in mano, sperando che qualcuno capisca che cosa non va. Da Marchesini Agricoltura, a San Martino Buon Albergo, succede anche questo: si vendono prodotti per coltivare, concimare, proteggere e seminare, ma prima ancora si ascolta. Ormai è cosa nota che la terra, le piante, gli orti e i giardini hanno un linguaggio da interpretare. E questa attenzione, da Marchesini Agricoltura, va avanti da più di quarant'anni. La storia comincia nel 1982, quando Piero Marchesini fonda l'attività. Oggi l'azienda è guidata dalla figlia Monica Marchesini, titolare e amministratrice dell'azienda di famiglia. "Con l'entrata di mia figlia siamo alla terza generazione - racconta Monica. Una continuità che resta uno dei punti di forza dell'impresa. Il cuore

è sempre l'agricoltura. Marchesini lavora soprattutto con aziende agricole, che rappresentano la parte principale dell'attività: coltivazioni specializzate, concimi, fitofarmaci, sementi, terricci, carburante agricolo, oli lubrificanti, materiali per potatura e legatura. "Accanto a questo mondo, negli anni abbiamo allargato l'offerta includendo anche il giardinaggio, l'orto, i tappeti erbosi, le piante da frutto, i prodotti per piscine e i mangimi per animali da cortile, cane e gatto". La differenza, però, non sta solo nello scaffale. Sta nel consiglio. Marchesini Agricoltura mette a disposizione tecnici agronomi che seguono le aziende direttamente sul campo: vanno sul posto, osservano le piante, leggono i segnali delle colture e indicano il trattamento più

L'agricoltura,
il cuore
dell'azienda

adatto. "Un po' come farebbe un medico con un paziente, o un veterinario: sempre di cura stiamo parlando. Prima si guarda, si cerca di capire e poi si interviene. L'obiettivo è prevenire, non curare - racconta Monica Marchesini. "E quando il problema c'è, bisogna capire bene come affrontarlo, senza improvvisare".

Lo stesso metodo vale in negozio. Arriva il privato con la pianta sofferente, la siepe che non cresce, il prato ingiallito, l'orto che non dà risultati. C'è chi porta una foglia della pianta malata, chi descrive un problema, chi chiede aiuto per capire dove intervenire. "Non ci limitiamo a vendere un prodotto, ma accompagniamo il cliente nella cura: come fare, come non fare, qual è il trattamento più adatto". Accanto alla consulenza c'è anche il servizio, con consegne dirette alle aziende agricole. Una presenza concreta, soprattutto in un settore in cui ogni stagione ha le sue urgenze. L'agricoltura non aspetta: l'inverno è il tempo della concimazione, delle potature e delle legature; la primavera apre la stagione più intensa; l'estate porta con sé irrigazione, caldo, trattamenti fogliari e nuove necessità.

Proprio sulla nutrizione Monica insiste molto. Le piante non parlano, ma mostrano come stanno. Una foglia gialla, una crescita debole, una vegetazione povera possono essere il segnale di una

L'E-COMMERCE

Con lo shop online, Marchesini Agricoltura porta in tutta Italia una parte della propria offerta: prodotti per orto e giardino, nutrizione delle piante, accessori e articoli per animali. L'e-commerce affianca il punto vendita, senza rinunciare alla selezione e all'esperienza costruite in oltre quarant'anni.

carezza. "Come noi mangiamo almeno tre volte al giorno, anche la pianta ha le sue necessità nutrizionali: almeno due volte all'anno deve essere nutrita. Spesso si guarda al parassita o alla malattia, dimenticando che la pianta, prima di tutto, va alimentata". Negli anni l'azienda ha conosciuto una sua evoluzione. "Mio papà faceva solo agricoltura. Il giardinaggio l'ho inserito io, me lo sono creato". Una scelta che intercetta anche il ritorno dell'orto, dei piccoli spazi verdi, dei balconi coltivati, di chi vuole prendersi cura delle piante ma ha bisogno di essere guidato. Per Monica, quel reparto è una sua dimensione, più leggera e personale. Radicata nella provincia di Verona, Marchesini Agricoltura guarda oggi anche oltre il territorio attraverso l'e-commerce. Lo shop online permette all'azienda di raggiungere clienti in tutta Italia, ampliando il servizio senza rinunciare alla selezione e alla competenza costruite in oltre quarant'anni di attività. "È una strada che stiamo sviluppando soprattutto per i prodotti che non richiedono patentini o particolari abilitazioni all'acquisto - spiega Monica Marchesini. Dalla cura dell'orto e del giardino alla nutrizione delle piante, fino agli accessori e agli articoli destinati agli animali, il canale digitale affianca così il punto vendita e rende più facilmente accessibile una parte dell'offerta. Che si tratti di una foglia, di un prato, o di una coltura, è sull'ascolto e sulla competenza che Marchesini Agricoltura ha costruito la propria storia. ●



La storia dell'arte bianca su scala mondiale

A Palù, Iteca costruisce impianti su misura per pane e pizza: primi in Italia ad avere in laboratorio un analizzatore di farine tra i più avanzati

Dodicimila pizze in un'ora, e nessuna uguale all'altra nel modo in cui viene trattata la pasta: è la scommessa che tiene insieme artigianalità e industria in Iteca, azienda di Palù, nella bassa veronese, che da oltre trent'anni costruisce gli impianti per fare il pane, la pizza e i lievitati di mezzo mondo.

Fondata nel 1994 su esperienze già consolidate nel settore, Iteca progetta e realizza linee automatiche e semiautomatiche per l'arte bianca, crescendo nel tempo grazie alla grande passione, lo spirito visionario e alla capacità innovativa di Luigi Benetti, socio fondatore ancora attivo in azienda. "Facciamo impianti per tutto ciò che va in forno: pizza, pane, pane in cassetta, croissant, fette biscottate, panettoni e pandori" - spiega Valentina Marchesini, commerciale Iteca.

Il nodo vero non è la quantità, ma

la traduzione in scala industriale di un'arte che resta, nell'immaginario, profondamente manuale: la sensibilità con cui si stende una pizza, la delicatezza necessaria a un lievitato. "Ogni progetto Iteca parte al contrario, dal risultato: ricetta, spazi disponibili, capacità richiesta, tecnologia necessaria a ottenerla.

Niente cataloghi e nessuna linea standard. Il cliente sa che quando viene da noi trova qualcosa fatto ad hoc, costruito sui suoi parametri".

È una filosofia che l'azienda applica fino al paradosso: anche quando un cliente ordina due impianti gemelli, qualcosa cambia sempre, un dettaglio tecnico, un miglioramento maturato durante la prima installazione.

"Nel mondo non c'è un nostro impianto identico ad un altro. La personalizzazione da noi non è un'eccezione ma la normalità".

La pizza è il caso più eloquente. Le produzioni con gli impianti Iteca toccano oggi i 12-16 mila pezzi orari, con margini ulteriori a seconda delle richieste, ma il punto di partenza resta la pallina, come in pizzeria, distesa da sistemi capaci di rispettarne la struttura e di formare il bordo quando serve. "La pasta è un elemento vivo, va trattata con attenzione, perché da come la maneggi dipendono gusto, struttura e risultato finale".

Da questa attenzione nasce il più recente investimento dell'azienda: il Mixolab 300, analizzatore universale



Sede Iteca Spa a Palù (Verona)

di farine e impasti. Iteca è il primo costruttore italiano di linee industriali a inserirlo nel proprio laboratorio, già molto attrezzato. Lo strumento simula le fasi di lavorazione e restituisce dati sul comportamento delle materie prime prima che arrivino in produzione.

"Per noi il prodotto viene prima della macchina. Se capiamo meglio la materia prima, costruiamo linee più affidabili e diamo al cliente risposte più precise". Non è quindi un semplice controllo qualità, ma una progettazione più solida, misurabile e scientificamente fondata. Dalla sede di Palù, dove convivono uffici, progettazione, officina e logistica, gli impianti raggiungono Europa, Stati Uniti e Sud America.

"Il nostro cliente è quasi sempre un gruppo che ragiona sui mercati esteri: per questo dobbiamo essere presenti ovunque si giochi la partita del settore". Un percorso che affonda le radici in una storia di competenza e reputazione. Per molti anni, infatti, il principale strumento commerciale dell'azienda è stato il passaparola, alimentato dalla credibilità e dal prestigio costruiti nel tempo. Negli ultimi anni la dott.ssa Ada Benetti, Fp&a Manager, ha impresso una nuova accelerazione alla crescita attraverso la riorganizzazione dell'assetto commerciale e una presenza strutturata

nelle principali fiere internazionali, dalla Germania a Las Vegas, dal Brasile a Dubai. Iteca ha così consolidato la presenza sui mercati esteri e rafforzato il proprio posizionamento.

Sono circa 75 i dipendenti, un terzo nell'ufficio tecnico, affiancati da produzione, ricambi e assistenza post vendita. Anche i tempi raccontano la

dimensione dei progetti: una linea industriale richiede mesi di studio e premontaggio, mentre il montaggio presso il cliente può durare anche 6 o 7 mesi. "Prepariamo tutto in sede, poi installiamo e collaudiamo sul posto". Nella storia dell'azienda restano alcune

tappe simbolo: la linea per pandori da 6 mila pezzi orari realizzata nel 2000, ancora oggi un riferimento interno, e l'ingresso nella pizza senza glutine, che ha richiesto studi e processi del tutto nuovi.

"Sono i progetti in cui abbiamo dovuto reinventare parte del nostro know-how, ed è lì che l'azienda cresce".

Materiali certificati per il contatto alimentare, controlli qualità serrati, nulla, in Iteca, è lasciato al caso. Ma la tecnologia non sostituisce l'arte bianca, l'accompagna dentro la fabbrica, con lo stesso obiettivo da trent'anni a questa parte, trasformare un impasto in un prodotto costante, riconoscibile e affidabile nel mondo. ●

**Impianti
customizzati**

I NUMERI DI ITECA

Fondata nel 1994, l'azienda conta circa 75 dipendenti, un terzo dei quali nell'ufficio tecnico. I suoi impianti arrivano a produrre in un'ora fino a 16.000 pizze, 8.000 panettoni, 42.000 croissant, 8.000 kg di pane, 5.000 kg di cracker.



Linea crostini, 4.000 kg/h



Linea panettoni 8.000 pz/h



La sede

Settant'anni di mele che danno valore a chi le coltiva

*Dal campo ai mercati internazionali, il **Consorzio Ortofrutticolo Belfiore** dal 1957 sostiene i produttori con assistenza tecnica, servizi e un saldo legame con il territorio*

Una mela dal gusto autentico, dolce e inconfondibile, espressione della pianura dell'Est Veronese. Qui clima, terreno e tradizione frutticola le conferiscono caratteristiche uniche, distinguendola dalle produzioni di montagna. “La nostra è una mela che conquista soprattutto per il sapore - racconta Alessandro Lunardi, presidente del Consorzio Ortofrutticolo Belfiore - dolce, piacevole e legata al territorio”.

La cooperativa nasce nell'aprile del 1957, durante una grave crisi della frutticoltura locale. Un gruppo di produttori decise di unirsi per commercializzare direttamente la frutta, difendersi dal potere dei commercianti e ottenere una remunerazione più equa. “Quella missione è rimasta identica: valorizzare al massimo il prodotto dei soci e riconoscere una giusta

remunerazione al loro lavoro”, sottolinea Lunardi.

Il Consorzio non acquista e rivende frutta, ma raccoglie, conserva, lavora e commercializza quella delle aziende associate. “La mutualità prevalente si mantiene in media tra l'80 e l'85%. Il bilancio è a utile zero, perché il vero utile sono le risorse restituite ai produttori. Chi produce meglio viene remunerato di più: privilegiamo la qualità sulla quantità”.

Oggi il Consorzio riunisce in media 50 soci, con 150-170 ettari coltivati e 100-110 mila quintali gestiti ogni anno tra mele, pere e kiwi. “Protagonista è comunque la mela, con numerose varietà: Gala, Red Delicious, Golden lucida e rugginosa, Granny Smith, Fuji, Imperatore e Dallago, oltre all'antico Melo Decio di Belfiore. Circa il 95% delle Granny Smith è destinato all'export, anche grazie a un impianto di ceratura di ultima generazione, verso Centro America, Medio Oriente, Nord Africa e Paesi del Golfo”.

Il lavoro della cooperativa comincia prima che il prodotto arrivi in magazzino.

“Il nostro ufficio tecnico affianca gli agricoltori dalla progettazione del frutteto alla raccolta, indicando interventi e tempi per rispettare i disciplinari e ridurre i residui. Seguiamo i quaderni di campagna, le analisi e gli

adempimenti obbligatori, sollevando il socio da una parte burocratica complessa”.

Il Consorzio gestisce anche le certificazioni necessarie sui mercati internazionali: Global G.a.p., Sqnpi, Haccp, rintracciabilità, Residuo Zero per il baby food e biologico. Predispose i documenti sulla sicurezza e organizza corsi per soci e collaboratori.

Una volta conferita, la frutta viene frigoconservata, selezionata, calibrata e confezionata secondo le richieste dei clienti. I sistemi di atmosfera controllata e dinamica consentono di conservare le mele fino a giugno inoltrato senza sostanze chimiche,

offrendo al singolo agricoltore strutture e competenze difficilmente sostenibili da solo. Da alcuni anni è presente nella struttura anche un impianto per produrre succo di mela 100%, senza aggiunte, in versione monovarietale o come mix di mele.

Il legame con il territorio è quasi fisico. “I nostri soci coltivano tra Belfiore, Caldiero, San Bonifacio e i comuni vicini. Le aziende sono così vicine che arrivano in cooperativa con il trattore e alcuni frutteti confinano con la sede, separati solo da una rete. I produttori sono anche i ‘giardinieri del territorio’, perché lo mantengono vivo e curato. Una cooperativa agricola, a differenza di

un'industria, non delocalizza”. Produrre frutta fresca e di qualità richiede investimenti: circa il 90% degli impianti dei soci dispone di reti antigrandine, irrigazione e sistemi antibrina. Due impianti fotovoltaici, installati nel 2009 e nel 2024, raggiungono una potenza massima di 600 kilowatt.

Investire significa anche guardare al futuro. In questa direzione va Pomos, il progetto con l'Università di Padova che studia la “stanchezza” dei terreni nei reimpianti, per migliorarne la salute e ridurre i residui. Innovazione e memoria convivono nel recupero del Melo Decio, antica varietà oggi Presidio Slow Food e simbolo della frutticoltura locale.

Il nome Terre di Gemma, scelto per identificare la produzione, richiama i proprietari del terreno su cui nacque la cooperativa e il frutto come gemma da custodire. Si è aggiunto poi il marchio collettivo Mela di Verona, registrato con altre cooperative per far conoscere il prodotto nel territorio d'origine.

“Esportiamo molto e siamo conosciuti all'estero. Ora vogliamo dare un'identità più forte alla mela veronese e far sapere che anche qui si producono mele di qualità”.

Accanto a Lunardi, il lavoro quotidiano è guidato dal direttore Lorenzo Zumerle. Nel consiglio tre componenti su nove sono trentenni: un segnale di continuità per una cooperativa che, a quasi settant'anni dalla fondazione, guarda al futuro con le nuove generazioni. ●

DAL FRUTTO AL BICCHIERE

Il Consorzio valorizza la mela anche con un succo 100% mela, senza aggiunte, proposto in versione monovarietale o come mix. Un modo per raccontare le sfumature di ogni varietà e rafforzare, insieme al marchio collettivo Mela di Verona, l'identità di una produzione nata nel cuore dell'Est Veronese.

I produttori sono anche i ‘giardinieri del territorio’

Una filiera corta della carne per il mercato Horeca

A Calmasino di Bardolino, **Mascanzoni Carni** lavora ogni settimana circa 15 tonnellate di carne per ristoranti, alberghi e ristorazione collettiva. Una storia di famiglia iniziata nel 1964



Maurizio e Matteo Mascanzoni

Quante mani toccano una fettina di carne prima di arrivare in tavola? In molte aziende, diverse. In Mascanzoni Carni, quasi sempre una sola. È il tratto che distingue l'azienda di Calmasino di Bardolino, in provincia di Verona: dalla mezzena alla monoporzione da cento grammi per la ristorazione, quasi tutte le fasi si svolgono internamente. Solo la macellazione viene affidata all'esterno: l'azienda riceve le carni in carcassa, mezzene o quarti posteriori e le trasforma in monoporzioni. “Partiamo dal disosso, poi dalla mondata dei tagli, dall'eliminazione del grasso in eccesso e dalla suddivisione in tagli anatomici. Da lì il prodotto viene confezionato sottovuoto oppure destinato alle seconde lavorazioni: fettine, carne macinata, hamburger, tartare, preparazioni di

monoporzioni – racconta Matteo Mascanzoni, titolare dell'azienda –. Il bovino resta il prodotto più richiesto, lavorato sia con carne nazionale sia importata da Slovenia, Croazia, Germania, Danimarca e Irlanda. Suino e avicolo arrivano invece esclusivamente da allevamenti italiani.

Complessivamente, tra le diverse categorie, lavoriamo circa quindici tonnellate di carne alla settimana”. Il salto più importante nella storia recente porta una data: il 2018, anno del trasferimento nel nuovo stabilimento di Calmasino, dopo decenni nella sede storica di Cavaion Veronese. La struttura, progettata nel 2016 e realizzata tra la fine di quell'anno e l'inizio del 2018, ha cambiato il modo di lavorare. “Volevamo uno stabilimento efficiente, nei consumi energetici come nelle lavorazioni. Abbiamo introdotto macchinari moderni,

un software per il magazzino e sistemi digitali per la tracciabilità: un cambio di passo per tutta l'organizzazione”. Un altro traguardo è arrivato nel 2026, con la certificazione Iso 22000 per la sicurezza alimentare, al termine di un percorso avviato nel luglio precedente e concluso a marzo. “Per una realtà delle nostre dimensioni non era un obiettivo scontato. Ci ha richiesto tempo e investimenti, ma ci ha dato grande soddisfazione, anche perché i collaboratori hanno recepito subito il progetto e partecipato con disponibilità all'adeguamento delle procedure”. Sul fronte della conservazione, l'azienda utilizza principalmente il sottovuoto, con tre macchine dedicate, ma anche l'atmosfera modificata, che garantisce dieci giorni mantenendo il colore rosso naturale della carne. Una parte è destinata anche al surgelato, prodotto internamente o commercializzato. Il mercato di riferimento è l'Horeca: ristoranti, hotel e ristorazione collettiva, affiancati da alcune macellerie e aziende specializzate nella fornitura di mense scolastiche e aziendali. “La nostra clientela resta concentrata soprattutto in provincia di Verona, ma negli ultimi due anni abbiamo iniziato ad affacciarcisi anche fuori provincia. Non è ancora una presenza rilevante, ma è la direzione in cui vogliamo continuare a crescere”. Una storia che inizia nel 1964, quando il padre di Matteo, Maurizio, apre il primo negozio, seguito nel 1972 da una sede più grande, dove l'attività resta fino al trasferimento del 2018. Matteo entra in azienda alla fine degli anni Novanta e nel 2007 acquista il 50 per cento delle quote societarie. “Sono sempre stato attratto da questo mondo e ho scelto di orientare l'azienda verso la ristorazione: oggi è il nostro

TECNOLOGIE DIGITALI

Controllo del magazzino e certificazione Iso 22000 accompagnano ogni lavorazione. Così l'esperienza nata nel 1964 si è evoluta in un sistema organizzato, sicuro e costruito sulle esigenze della ristorazione, con una tracciabilità che segue il prodotto fino alla consegna.

core business. La conduzione resta familiare: in azienda lavorano mia sorella Serena e mia moglie; anche mio padre continua a dare un contributo importante. Complessivamente operano quindici collaboratori”. La tracciabilità, sottolinea Mascanzoni, è sempre stata centrale, anche prima che il settore fosse strutturato digitalmente: oggi un sistema informatico interno consente di risalire da una singola monoporzione fino alla mezzena di origine. “Il nostro sistema permette un controllo molto più dettagliato rispetto alla sola etichettatura di legge, ed è proprio quello che cercano le aziende della ristorazione collettiva, spesso già in possesso di certificazioni specifiche. Per me, però, la certificazione è nata prima di tutto dal bisogno di far riconoscere formalmente il livello di ordine e accuratezza raggiunto”. A completare il servizio è la consegna diretta: distribuzioni quotidiane con mezzi refrigerati di proprietà e autisti interni, senza corrieri esterni. “Ci permette di controllare tutto il trasporto, mantenere la catena del freddo e sapere sempre dove e come arriva il nostro prodotto: per noi è una garanzia in più verso i clienti”, conclude Mascanzoni. ●

La nostra storia inizia nel 1964



La sede



Celle frigorifero

Una storia di qualità lunga tre generazioni

Avicola Adige porta da oltre 60 anni il pollo fresco da Roverchiara nel Nord Italia e punta su tracciabilità e benessere animale



C'è una storia di famiglia, prima ancora che d'impresa, dietro Avicola Adige. Una storia cominciata con pochi mezzi e tanta fatica. Era l'inizio degli anni Sessanta quando Dario Faccioni avviò una piccola attività di commercio, andando direttamente dalle famiglie. La data ufficiale è il 1963, ma le radici affondano un po' prima, alla fine degli anni Cinquanta. Siamo a Roverchiara, nella bassa veronese, tra la riva destra dell'Adige e il Bussè.

Oggi Avicola Adige è un'azienda strutturata, con circa 25 dipendenti, mezzi propri, allevamenti, macello, confezionamento e distribuzione diretta. Ma il filo che lega il presente alle origini resta molto forte.

A raccontarlo è Mattia Faccioni, terza generazione della famiglia, entrato in azienda nel 2011 e oggi rappresentante della società costituita formalmente nel 2023.

“Mio nonno iniziò vendendo polli vivi e uova alle famiglie, in bicicletta. Poi, seguendo le esigenze dell'epoca, cominciò anche a macellarli per alcuni clienti, prima in modo molto artigianale, poi con le prime macchine manuali per la spiumatura”.

Da quel piccolo portico, nei primi anni Settanta, nacque il primo macello autorizzato, nello stesso luogo in cui l'attività si trova ancora oggi. Con l'ingresso del padre Giuseppe e dello zio di Mattia, Gustavo, l'azienda si è ampliata per rispondere alle richieste di macellerie, commercianti, ambulanti e piccoli ingrossi.

Oggi l'azienda conta circa 25 dipendenti e segue una filiera articolata: allevamento, macellazione, sezionamento, confezionamento e consegna. I polli arrivano dagli allevamenti aziendali e anche da allevamenti esterni selezionati. “Il prodotto viene poi lavorato e distribuito con mezzi propri a macellerie, botteghe, ambulanti, ristoranti, commercianti e qualche ingrosso. La grande distribuzione, per scelta, resta fuori”. La specializzazione principale è il pollo fresco. In passato l'azienda macellava anche tacchini, faraone, galline, conigli e altre carni bianche; oggi le

commercializza attraverso partner di fiducia. L'evoluzione dei macchinari e delle linee di macellazione ha portato a concentrarsi soprattutto sul pollo. Restano, nel periodo natalizio, i capponi nostrani. Nessun preparato o prodotto trasformato: solo tagli freschi, dalle cosce alle sovracosce, dal petto alle ali. Il mercato è quello del Nord Italia: Veneto, Friuli, Emilia-Romagna, Trentino, Lombardia e Piemonte.

Numeri importanti, ma ancora gestiti con un controllo diretto dei passaggi fondamentali.

“Alleviamo indicativamente 240 mila polli a ciclo e, con circa cinque cicli l'anno, arriviamo a una produzione complessiva di circa 1,2 milioni di capi”.

Uno dei punti centrali è il benessere animale. Gli allevamenti vengono progressivamente modernizzati con centraline, applicazioni e sistemi di controllo da remoto per monitorare temperatura, umidità, pressione, CO₂, ammoniaca e ventilazione. “Cerchiamo di rinnovare le strutture con tecnologie sempre più all'avanguardia. Il benessere degli

animali deve essere al primo posto, perché da lì passa anche la qualità delle carni”. Il controllo dell'ambiente serve anche a prevenire problemi sanitari e a ridurre il più possibile il ricorso ai farmaci. La temperatura, in particolare, è decisiva. “Se di notte fuori fa molto freddo e nell'allevamento entra aria fredda, i pulcini possono prendere raffreddore. A quel punto si rischia di dover ricorrere all'antibiotico. Noi invece cerchiamo prima di lavorare sull'ambiente: correggiamo temperatura, riscaldamento e direzione dell'aria, evitando che arrivi direttamente sugli animali”. La stessa attenzione prosegue nella fase di macellazione e distribuzione. La catena del freddo non viene mai interrotta, i mezzi sono aziendali, gli autisti interni e i frigoriferi dei camion controllati da remoto. Ogni mattina, inoltre, il servizio veterinario ufficiale verifica documenti e condizioni degli animali prima dell'avvio del lavoro. “Senza il veterinario non possiamo iniziare. Oggi la tracciabilità è fondamentale, non puoi sbagliare un lotto e nemmeno un'etichetta”. In un settore che lavora sul fresco, tutto corre sul filo delle ore: gli ordini

arrivano oggi per domani, le linee devono funzionare, le consegne partono. Per questo, dice Faccioni, ogni fase è delicata: dall'arrivo dei pulcini all'accrescimento, dalla macellazione al raffreddamento, fino a confezionamento e logistica. Un lavoro che richiede impegno ogni giorno, 365 giorni all'anno. Ed è qui che la storia del nonno in bicicletta incontra l'azienda di oggi. Sono cambiati i numeri, le tecnologie, anche i mercati. Ma il valore aggiunto, per Mattia Faccioni, resta lo stesso: la passione e l'impegno quotidiano, ogni minuto della giornata. ●

Oltre un milione di capi all'anno

LA FILIERA

Il valore di Avicola Adige sta nella gestione diretta dei passaggi chiave: allevamenti, macello, confezionamento e distribuzione. Una filiera costruita sul fresco, dove tecnologia, tracciabilità e attenzione quotidiana al benessere animale diventano parte della qualità finale.





Edilizia



Ambiente



Turismo

Ottant'anni costruiti guardando avanti, tra passato e futuro

Dal primo condominio nella Verona sud del dopoguerra a tre generazioni e tre settori diversi, la storia del Gruppo Bertoli tra edilizia, turismo e ambiente

Bruno Bertoli ha sempre lavorato fianco a fianco con i suoi operai e si sedeva con loro durante le pause pranzo. Era il 1946, negli anni della ricostruzione, e con due soci aveva appena avviato una piccola impresa edile a Verona. Ottant'anni dopo, sono cambiate la città e le esigenze dell'abitare e l'azienda è diventata un gruppo solido, costruito su fondamenta forti. Il filo conduttore è rimasto quello indicato dal fondatore: costruire bene. “È una storia familiare avviata da mio nonno e arrivata oggi alla terza generazione, profondamente legata al territorio - racconta Alessandro Bertoli, amministratore unico del Gruppo Bertoli Spa insieme al fratello Alberto e al padre Daniele, presidente e rappresentante della seconda generazione, ancora al loro fianco”.

Negli anni Sessanta, Settanta e Ottanta, nonno Bruno e poi Daniele

hanno costruito numerosi condomini, dando forma a interi quartieri. “Si costruiva molto di più, anche dal punto di vista quantitativo. Abbiamo operato nel centro storico e realizzato interventi industriali: mio nonno costruì il fabbricato della Sanson Gelati-Minet e curò la ristrutturazione per l'insediamento della rotativa del giornale L'Arena”. Alessandro, allora bambino, ricorda ancora l'inaugurazione alla presenza del presidente Giovanni Spadolini.

L'edilizia resta il cuore del gruppo, tra nuove costruzioni e recupero di immobili di pregio. “Ci interessa valorizzare immobili che hanno ancora molto da raccontare. Recuperare una villa storica significa restituire valore a un patrimonio, ma anche provare una soddisfazione emotiva”.

Tra gli interventi più recenti, il restauro di due ville

Liberty, una a Verona e una a Garda, quest'ultima un tempo abitazione del podestà: nuovi spazi, una piscina prima inesistente, un edificio riportato in vita. Accanto al recupero cresce il nuovo, come il Residence Santa Caterina, alle porte di Verona, progettato per lasciare spazio al verde, tanto che un'acquirente ha raccontato a Bertoli di provare “la sensazione di essere in vacanza”. Il gruppo ha inoltre acquistato, nella zona sud di Verona, un immobile destinato a una clinica privata, segnando il suo ingresso nel settore sanitario. Dall'edilizia è nato il ramo turistico-ricettivo, guidato dal fratello Alberto: il Sogno di Giulietta a Venezia, nove camere nel piano nobile di un palazzo storico, insieme alla Residenza Manin e alla Dimora Capuletti; e l'Hotel Villa Luisa sul lago di Garda, con 60 camere e Spa, ampliato lo scorso anno con tredici appartamenti per le famiglie. “Nel turismo puntiamo su una fascia qualitativa alta. Crediamo in strutture di proprietà capaci di unire autonomia e servizi alberghieri, bellezza dei luoghi e cura dell'ospite”.

Il terzo ramo è quello ambientale. Nasce nei primi anni Duemila dalla bonifica di un'area a Zevio, da cui prende forma Inerteco, oggi titolare di un impianto digitalizzato per la gestione e il trattamento dei rifiuti, certificato ISO 14000. Telecamere e sensori segnalano in tempo reale la vicinanza tra mezzi e operatori e, in prospettiva, potranno arrestare automaticamente i veicoli in caso di pericolo. “La tecnologia deve produrre risultati concreti. I collaboratori sono il patrimonio più importante: la sicurezza deve andare oltre l'adempimento”. Nel 2009, un altro passo: nasce Catullo Lab, laboratorio accreditato di analisi chimiche e ambientali che lavora per l'80% con

clienti esterni, tra aziende, privati e condomini.

Tre attività diverse, nate una dall'altra in ottant'anni, ma unite dalla stessa impronta familiare. “Nel complesso siamo circa cinquanta persone, tra edilizia e immobiliare, turistico-ricettivo, ambientale e laboratorio”.

Gli ottant'anni, per Bertoli, non sono solo un bilancio del passato, ma un'occasione per guardare avanti con i giovani. Da anni le classi dell'Istituto Fermi-Ferraris visitano Catullo Lab e gli impianti di Inerteco, mentre nelle scuole primarie di Zevio prosegue “Rifiuto il rifiuto”, progetto sulla raccolta differenziata nato prima della pandemia e oggi diffuso in tutti i plessi. Per l'anniversario, anche grazie all'esperienza maturata nel sistema Ance veronese e veneto, il gruppo ha lanciato “Abitare nel 2050” con l'Istituto Cangrande di Verona, invitando gli studenti a immaginare la casa del futuro tra tecnologia, intelligenza artificiale, sostenibilità e inclusione.

“Vogliamo lasciare una traccia che non sia soltanto celebrativa - conclude Bertoli -. Gli ottant'anni servono a ricordare da dove veniamo, ma soprattutto a chiederci dove stiamo andando. Coinvolgere i giovani significa ascoltare le loro aspettative e costruire con loro una visione del futuro”. ●

80 anni
di cantieri

DAL 1946 L'AZIENDA GUARDA AVANTI

Ottant'anni dopo l'avvio della prima impresa edile di Bruno Bertoli, il gruppo riunisce edilizia, ospitalità e ambiente. Una storia familiare arrivata alla terza generazione, che continua a crescere intrecciando competenze diverse e nuovi progetti.



La famiglia Bertoli

Oltre la cartella clinica, la regia digitale dello studio

La veronese **Simple Work**, da quarant'anni sul mercato informatico, ha creato il software gestionale SwMain, utilizzato da oltre duemila studi odontoiatrici italiani



Giuseppe Papola



Nicolò Papola

Uno studio dentistico non è soltanto un luogo di cura. È un'organizzazione complessa: persone, tempi, appuntamenti, preventivi, materiali, pagamenti. Una realtà clinica da organizzare anche come un'azienda. Simple Work lavora su questo terreno dal 1988, quando negli studi dominavano registri e documenti cartacei. L'intuizione fu del fondatore Giuseppe Papola. Oggi a guidare l'azienda è il figlio Nicolò, seconda generazione di una storia veronese.

Nel tempo Simple Work si è concentrata soprattutto sull'odontoiatria, oggi circa il 90% dell'attività, pur lavorando anche con poliambulatori e laboratori odontotecnici. Una scelta non casuale. "In questo ambito un piano di cura può svilupparsi per mesi o anni, con passaggi che cambiano in base alle condizioni cliniche - spiega Nicolò Papola -, diversamente da una visita circoscritta". Anche un impianto richiede più fasi: preparazione, rigenerazione

ossea, inserimento, corona. Ogni passaggio porta con sé appuntamenti, professionisti, preventivi, pagamenti e materiali.

Da questa complessità nasce SwMain, il gestionale modulare di Simple Work. Riunisce attività cliniche, organizzative, amministrative ed economiche: cartella clinica, agenda, preventivi, fatturazione e controllo di gestione.

L'odontoiatria, il nostro core business

Ogni studio può scegliere le funzioni necessarie o una configurazione più ampia, anche su più sedi. Il punto, però, non è averne tante. È far dialogare le informazioni. "Il vantaggio è avere tutte le informazioni collegate. Strumenti separati rendono difficile ricostruire il quadro generale; con i dati nello stesso gestionale, lo studio confronta attività clinica, tempi di lavoro e risultati economici". La rappresentazione grafica della bocca rende immediata la lettura del piano di cura. "Il medico visualizza subito la situazione clinica e le prestazioni eseguite o da fare. Il programma mostra un impianto o una

corona, rendendo il piano di cura più chiaro di un elenco di termini tecnici: utile anche nel preventivo, per collegare le voci alle aree della bocca coinvolte". Poi c'è l'agenda. Ed è qui che la teoria incontra la giornata di lavoro.

"Le prestazioni hanno durate diverse e richiedono poltrone e professionisti specifici. Un errore nei tempi lascia inutilizzata una postazione o provoca ritardi a catena".

SwMain confronta tempi previsti ed effettivi, verifica disdette e ritardi, analizza nuovi pazienti e valore medio dei trattamenti. Informazioni decisive quando l'organizzazione cresce. "Sono indicatori utili soprattutto con i gruppi odontoiatrici strutturati. Il confronto con organizzazioni grandi ci ha premiato grazie alle analisi approfondite".

C'è poi un passaggio spesso sottovalutato, ovvero cambiare gestionale. "Ogni software organizza i dati a modo suo. Importare cartelle e anagrafiche non è un copia e incolla, bisogna studiare il vecchio sistema e verificare la corrispondenza in SwMain". Simple Work affianca quindi lo studio nella migrazione e nella formazione. E l'assistenza resta affidata alle persone. "I nostri utenti parlano con un operatore, non solo chatbot o e-mail. Gestiamo decine di telefonate al giorno, fino a centinaia a settimana nei periodi di punta: risolviamo in fretta i problemi e raccogliamo indicazioni per gli aggiornamenti futuri". SwMain deriva dai primi programmi dell'azienda, tra cui Pc Dental. Oggi può collegarsi ad alcune apparecchiature e, con Segreteria Smart, gestire prenotazioni online e moduli digitali.

Il prossimo passo è l'intelligenza artificiale. Senza scorciatoie. "Gestiamo dati sanitari, tra le informazioni più sensibili. Prima di applicarla ai prodotti abbiamo formato tutto il gruppo di lavoro, con un professionista specializzato". L'obiettivo non è sostituire il medico né intervenire sulle decisioni cliniche. È aiutare chi dirige lo studio a leggere

UNA REGIA PER OLTRE DUEMILA STUDI

Dal 1988 Simple Work sviluppa soluzioni informatiche per il settore sanitario. Con SwMain, oggi utilizzato da oltre duemila studi odontoiatrici italiani, l'azienda veronese riunisce cartella clinica, agenda, preventivi, fatturazione e controllo di gestione in un'unica piattaforma pensata per governare la complessità dello studio dentistico.



meglio dati, abitudini e punti deboli dell'organizzazione. Il sistema lavorerà su indicatori selezionati, senza esporre dati sanitari o informazioni identificative del paziente.

"Elaborerà indicatori selezionati e restituirà una mini-consulenza. Mostrerà se il gestionale viene usato correttamente e quali criticità richiedono attenzione - conclude Papola". Oggi Simple Work conta circa quindici persone. SwMain è utilizzato da oltre duemila studi dentistici in tutta Italia. Numeri importanti, certo. Ma il tratto distintivo resta un altro: conoscere la complessità dell'odontoiatria e trasformarla, passo dopo passo, in strumenti più semplici e utili per decidere. ●

Un ristorante che soffia a San Massimo

Al Vento riparte con Olmo Mazzi tra impasti artigianali, cucina di tradizione e atmosfera da osteria contemporanea



Basta lasciarsi alle spalle il cuore più monumentale di Verona, la città di Romeo e Giulietta, e spostarsi verso San Massimo per incontrare un locale che vuole tornare a essere punto di riferimento del quartiere. Il Ristorante Al Vento è una realtà storica, aperta da una quindicina d'anni, ma oggi vive una stagione nuova con la gestione di Olmo Mazzi, trent'anni, formazione alberghiera e un progetto a lui ben chiaro: dare al locale un'identità più calda, artigianale, vicina all'idea di osteria contemporanea. "Ho rilevato il ristorante a marzo e l'obiettivo è dargli una nuova impronta - racconta Mazzi. Pizzeria e ristorante restano le due anime del locale, ma la direzione cambia un po': più tradizione, più cura nella materia prima, più produzione interna. "Sulla pizza

lavoriamo già con impasti nostri. Ora vogliamo portare la stessa vocazione anche in cucina: pasta, pane, grissini, dolci. L'idea è arrivare a fare il più possibile in casa e speriamo entro fine anno". La pizza resta uno dei punti forti. Lievito madre, farine meno trattate possibile e nuove sperimentazioni, come la biga, raccontano una ricerca che guarda alla leggerezza e alla digeribilità. "Stiamo studiando nuovi impasti, cambiando farine, visitando mulini. Vogliamo migliorare ancora, senza perdere semplicità". Anche la cucina si muove verso un racconto più territoriale: piatti della tradizione, pasta fatta in casa, attenzione ai prodotti e una carta vini pensata per valorizzare piccole aziende e realtà locali. "Vorrei che Al Vento avesse l'atmosfera dell'osteria: un posto accogliente, conviviale, dove si sta



bene. Un luogo in cui fermarsi per una pizza, una cena o, in prospettiva, anche per un aperitivo nel fine settimana". Con novanta posti interni e altrettanti all'esterno, il ristorante ha spazi importanti e una clientela soprattutto di zona. La sfida è recuperare il legame con chi lo conosceva già e conquistare nuovi ospiti, riportando Al Vento ad essere un indirizzo familiare e riconoscibile nel quartiere. Il vento, a San Massimo, ha cominciato a cambiare direzione. ●

In questo numero:

Servizi alle imprese

Chi fa impresa ha bisogno di chi la fa funzionare: ecco chi lavora dietro le quinte.

Shenker English Academy
shenker.com

Casartigiani Verona
www.artigianiverona.it

Sinergia
sinergiasrl.com

Itagas
www.itagas.it

Centro Stampa Cerea
centrostampacerea.it

BTM - Business Travel Management
www.business-travel-btm.com

Abitare il futuro

Case, cantieri e impianti, chi costruisce (e ripensa) i luoghi in cui viviamo.

Ance Verona
anceverona.it

Blues Contractors
www.bluescontractors.it

Giemme Group
giemmegroup.it

Campagnari Bruno

Rete Morenica
www.retemorenica.it

Clivet Air
www.clivet.com

B.M.B.
www.bmb srl.it

B-Group
bgroupverona.it

Tre Erre Impianti
treerreimpianti.it

Logistica e mobilità

Ogni spostamento richiede organizzazione, affidabilità e soluzioni che accorcino le distanze.

Gomitoli Traslochi
www.gomitolitraslochi.it

Autonoleggio San Marco
www.noleggiosanmarco.it

Sambo Gomme
www.sambogomme.com

Biolo Trasporti
www.biolotrasporti.it

Fratelli Compri
www.fratellicompri.it

Levo
levo.it

B2B - B2C

Dal rapporto tra imprese al contatto diretto con il consumatore, prodotti e servizi incontrano mercati diversi.

ABC
abc-network.eu

Grossule
www.grossule.it

Tomi Calzaturificio
www.tomicalzaturificio.com

F.lli Ceni
www.ceni.it

Sistema agroalimentare

Una filiera che parte dalla terra e arriva alle tavole, con esperienza, innovazione, qualità.

Marchesini Agricoltura
www.marchesiniagricoltura.com

Iteca
www.itecaspa.com

Cons. Ortofrutticolo Belfiore
www.terredigemma.com

Mascanzoni Carni
mascanzonicarni.it

Avicola Adige
www.avicolaadige.it

Ambiente

Recuperare, trasformare e gestire le risorse: anche da qui passa un futuro più sostenibile.

Gruppo Bertoli
www.gruppobertoli.it

Innovazione digitale

Il digitale prende forma, semplifica il lavoro, accende la comunicazione e trasforma le idee in soluzioni.

Simple Work
www.simple-work.it

Carboni Adv
www.carboniadv.it

Upgrade consiglia...

E per chiudere in leggerezza, un indirizzo buono per stare bene e concedersi una pausa di gusto...

Al Vento Pizzeria Ristorante

La comunicazione si accende

*Nata nel 1998 come concessionaria pubblicitaria, **Carboni ADV** oggi porta tecnologie video in fiere ed eventi, in Italia e all'estero*

Nata a Verona nel 1998 dall'iniziativa di Paolo Carboni e Marta Dolci come concessionaria di spazi pubblicitari per radio e cinema, Carboni Adv ha accompagnato l'evoluzione del mercato, trasformando la propria esperienza in una realtà imprenditoriale capace di interpretare e anticipare i cambiamenti. Un percorso costruito nel tempo attraverso investimenti, ricerca e innovazione, che ha portato l'azienda ad affiancare ai media tradizionali nuovi strumenti digitali capaci di rendere la comunicazione coinvolgente. "Il cambiamento è nato dal confronto con le esigenze dei clienti - racconta Marta Dolci -. Circa cinque anni fa, con l'organizzazione dei tour promozionali dei nostri clienti, primo tra tutti il Consorzio Grana Padano, ci siamo trovati a gestire una crescente richiesta di tecnologie video per gli allestimenti itineranti. Inizialmente ci affidavamo a fornitori esterni, prendendo a noleggio le attrezzature necessarie per realizzare i tour. Abbiamo poi scelto di investire direttamente nell'acquisto dei primi sistemi, per avere maggiore autonomia e controllo. Quegli stessi schermi, nati

SCHERMI SU MISURA, PIXEL DOPO PIXEL

I Ledwall sono composti da moduli assemblati in base agli spazi e alla distanza di visione. Dai pannelli waterproof per l'esterno ai modelli ad alta definizione per gli stand, ogni configurazione cambia per resa, luminosità e utilizzo.

per rispondere alle esigenze dei nostri progetti, hanno presto aperto una nuova opportunità: la richiesta da parte di aziende e organizzatori ci ha portato a proporli anche sul mercato, dando vita a una nuova area dedicata al noleggio. Da quel momento abbiamo continuato a investire, ampliando progressivamente la nostra offerta".

Oggi Carboni Adv è un punto di riferimento nella fornitura di soluzioni digitali e opera in tutta Italia e all'estero. L'azienda dispone di oltre 300 metri quadrati di Ledwall indoor e outdoor, con passo 3.9, 2.6 e 1.9, e di una flotta composta da sei trailer Ledwall, con schermi da 3,5 x 2 metri fino a 6 x 3,5 metri, oltre a installazioni multimediali e sistemi interattivi.

Le tecnologie digitali sono oggi strumenti fondamentali per caratterizzare uno spazio, ma la loro efficacia dipende dalla capacità di inserirle in un contesto progettato con attenzione. Carboni Adv affianca i propri clienti nella scelta delle soluzioni più adatte, per creare installazioni capaci di attirare l'attenzione. I Ledwall non sono semplici superfici di visualizzazione, ma elementi che amplificano la presenza del brand e rendono ogni luogo più dinamico e riconoscibile.

Dall'autunno alla primavera Carboni Adv è impegnata nelle principali manifestazioni fieristiche europee, collaborando con allestitori e aziende nella realizzazione della componente digitale degli stand. Durante la stagione estiva, invece, cresce l'attività legata agli eventi outdoor, ai concerti, alle rassegne cinematografiche, agli eventi sportivi e privati e alle iniziative promozionali itineranti.

Dietro ogni realizzazione si sviluppa un lavoro che richiede competenze



Piazza Brà Verona aprile 2026
diretta Via Crucis



Fiera Alimentaria marzo 2026
Barcellona

tecniche, organizzazione e capacità di problem solving. Dalla progettazione alla gestione dei contenuti, dalla regia all'assistenza sul campo, ogni fase viene coordinata internamente con un unico obiettivo: garantire affidabilità, continuità operativa e qualità del risultato finale.

"La tecnologia è fondamentale, ma da sola non basta - sottolinea Marta Dolci -. Il vero valore aggiunto sono le persone. La nostra è una struttura dinamica e flessibile, che ci permette di rispondere rapidamente alle esigenze dei clienti, offrendo un unico interlocutore capace di trasformare ogni richiesta in una soluzione concreta".

L'innovazione è un percorso continuo. Carboni Adv investe costantemente nell'aggiornamento delle proprie apparecchiature e nella formazione del

personale, perché precisione, affidabilità e attenzione ai dettagli rappresentano valori imprescindibili.

Accanto alla specializzazione nelle soluzioni digitali, Carboni Adv continua a occuparsi di pianificazione pubblicitaria, con particolare attenzione al mezzo radiofonico. "La radio è

il nostro primo amore e non l'abbiamo mai abbandonata.

Ci ha insegnato che l'efficacia di un messaggio nasce prima di tutto dall'attenzione ai bisogni e agli obiettivi dei clienti". È lo stesso principio che guida ancora oggi l'azienda.

"Quando una realtà continua ad affidarsi a noi per anni, significa che abbiamo lavorato bene. Abbiamo molti clienti storici, presenti fin dall'inizio dell'attività. Per noi, dare la giusta carica alla comunicazione vuol dire soprattutto questo". ●

Oltre 300 mq
di Ledwall



Piazza Gae Aulenti Milano luglio 2026 Cinema Martini



Circo Massimo Roma marzo 2026 portale arrivo RunRome



SOCIETÀ VENETA ACCIAI

COMMERCIO PRODOTTI SIDERURGICI

**LAMINATI • TRAFILATI • RETTIFICATI
ACCIAI SPECIALI • INOX**

L'acciaio... la nostra passione!

S.V.A. nasce nel **1963** nella Zai storica di Verona.

L'azienda si caratterizza per la vasta gamma di prodotti siderurgici.

Oggi come allora **S.V.A.** è in grado di fornire, in risposta ad una clientela sempre più esigente, anche servizi come:

taglio a misura • trasporto e consegna in tempi rapidi e concordati
consulenza tecnica • programmazione di vendita.

Strada La Rizza, 24 - Verona
Tel. +39 045.9216211 - commerciale@societavenetacciai.it
www.societavenetacciai.it



UNI EN ISO 9002
Certificato n. 00-336