



Con CNA per comunicare l'eccellenza

CONSULENZE CNA PER LE IMPRESE E I PROFESSIONISTI DELLA COMUNICAZIONE E TERZIARIO AVANZATO

- Seminari di aggiornamento professionale
- Possibilità di entrare in relazione con altre imprese e professionisti per favorire sinergie B2B
- Partecipazione a fiere ed eventi promozionali
- Consulenza specialistica sul mercato elettronico (Mepa)
- Certificazione sistemi qualità
- Consulenza e assistenza su bandi
- Consulenza sulla legislazione di settore
- Formazione professionale dedicata

Per tutte le informazioni: Unione Comunicazione e Terziario Avanzato
CNA Bologna Via A.Calzoni 1/3 Bologna Tel. 051 299.515 comunicazione.terziario@bo.cna.it

Per tutte le imprese

- | | |
|---------------------------------------|--|
| • Consulenza direzionale e strategica | • Paghe e gestione del personale |
| • Consulenza Impresa 4.0 | • Contrattazione e relazioni sindacali |
| • Credito e finanziamenti | • Ambiente e sicurezza sul lavoro |
| • Consulenza fiscale e contabilità | • Contenzioso tributario |
| • Marchi e brevetti | • Servizi informatici |
| • Mercati esteri | • Mediazione civile e commerciale |
| • Formazione | • Adeguamento nuova normativa privacy |

Per chi vuole fare impresa

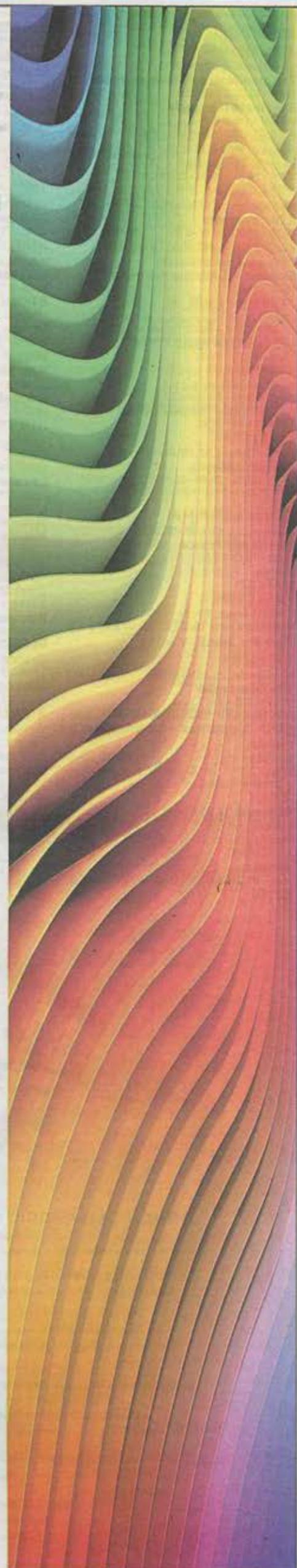
Servizi personalizzabili e a prezzo agevolato, per sviluppare un'idea in un'impresa attraverso l'esperienza di CNA Bologna.

Pacchetti di servizi grazie ai quali l'aspirante imprenditore può ottenere i servizi di cui ha bisogno a prezzo agevolato: consulenza gestionale per analisi economico finanziaria e redazione business plan e societaria per l'avvio di impresa.

Inoltre servizi di gestione che vanno dalla contabilità aziendale al sistema di paghe e contributi per i suoi dipendenti.

Tutte le informazioni su www.cnauptobiz.it

Conosci queste e tutte le altre opportunità e vantaggi
di CNA Bologna su www.bo.cna.it



in collaborazione con Speed

L'IMPRESA FA NOTIZIA

COMUNICAZIONI | ARTI GRAFICHE | INFORMATICA

IL SETTORE

12.000

Imprese

Sono le imprese del settore a Bologna, tra comunicazione, arti grafiche e informatica

600

Nella cultura

Sono nello specifico le imprese in Cna che si occupano di produzioni e servizi culturali

256

Nel cinema

Di queste 600, quasi la metà sono rivolte a cinema, televisione e musica

+73

Nell'informatica

È il saldo delle imprese del settore dal 2015 a oggi a Bologna e area metropolitana



ALLA GUIDA
Cinzia Barbieri è in Cna dal 1995, dal 2015 ricopre la carica di direttore generale di Cna Bologna, l'associazione degli artigiani e della piccola e media impresa



«Al fianco degli artigiani digitali»

Barbieri: «Cultura, comunicazione e tecnologie sono settori cruciali»

di SIMONE ARMINIO

C'È UN MERCATO che spesso non è citato nelle classifiche economiche e che pure, a dispetto del tipo di mestiere, ha tenuto in questi anni o addirittura è cresciuto. «I dati che abbiamo – conferma Cinzia Barbieri, direttore di Cna –, ci dicono che le categorie della comunicazione, delle arti grafiche e dell'informatica sono cresciute in città in questi anni complessi. E se si sono ridotte, il calo ha riguardato poche unità».

Barbieri, qualche esempio?
«Intanto parliamo di un mondo di 12mila imprese in città e area metropolitana, di cui più di 600 nella cultura. Aziende che hanno tenuto bene: dal 2015 ad oggi le aziende della stampa si sono ridotte di sole 19 unità, e di 16 quelle

pubblicitarie. Le attività editoriali sono rimaste invariate, quelle di produzione cinematografica, televisiva o musicale – ben 256 – sono cresciute di 13. Non quanto il +73 dell'informatica, comprensibilmente il più in crescita, ma sono cresciuti anche i professionisti: designer, grafici, fotografi...».

Settori attrattivi per i giovani.
«È innegabile, e ciò avviene anche per una naturale propensione all'uso delle nuove tecnologie».

Il settore cresce, eppure molte aziende rinunciano ancora alla comunicazione o pensano di potersela cavare con il fai-da-te.

«Naturale che le aziende non grandi e quindi poco strutturate non abbiano all'interno degli specialisti in comunicazione. Ma proprio per questo esistono le azien-

de specializzate e i professionisti. È un grande errore tattico, invece, fare a meno della comunicazione o pensare di poter fare da soli».

Complicato per voi intercettare i lavoratori digitali, così lontani dall'idea classica di artigiano?

«Eppure la fisionomia di questi lavoratori è esattamente quella dell'artigiano. Ovvero un professionista, dotato di un saper fare, creativo e spesso ancora manuale, che lavora a partita Iva e deve cavarsela da solo. L'unica differenza con il passato è che una volta l'artigiano si occupava esclusivamente di cose tangibili. L'artigiano digitale ne è la sua naturale evoluzione, con un mouse in mano al posto di un utensile».

Con la cultura si mangia?
«Certo che sì, è un settore cruciale

anzi. Possiamo dirlo noi, che siamo la città dove sono nati sì, musicisti, registi, attori, ma anche tanti professionisti del settore, dall'inventore di font, Francesco Griffo al fotografo Nino Migliori, fino al nostro Ivan Olgiati, che con la sua casa cinematografica in pochi anni ha conquistato un David di Donatello».

Cosa potete fare per loro?
«Li sosteniamo e li aiutiamo a emergere, a connettersi tra loro, a formarsi e a stare al passo. Con un piccolo orgoglio, uno dei tanti: tempo fa, negli anni '70, proponemmo alla Regione un corso sul restauro dei film. Ci sembrava un mondo inesplorato e interessante, a Bologna del tutto inedito. Oggi la nostra città è una delle capitali mondiali del restauro di pellicole. Ne siamo orgogliosi».

© RIPRODUZIONE RISERVATA

WWW.COPIEMOLINELLA.IT

Via B. Buozzi, 36

40062 MOLINELLA (BO)

Tel. 051.887657 - Fax 051.6903070

SPECIALE COMUNICAZIONE

IL VANTAGGIO DELLE PICCOLE STORIE

«UN TEMPO IL MARCHIO NOTO E IL PRODOTTO OMOLOGATO ERANO UNA SICUREZZA, OGGI INVECE I MERCATI CERCANO PICCOLI PRODUTTORI LOCALI CON UNA STORIA E IDENTITÀ PRECISE»

IL SETTORE VA DAGLI STAMPATORI AI DESIGNER DIGITALI

«Essere sui social non basta»

Lambertini: «Fondamentale rivolgersi a un esperto»



Paolo Lambertini, presidente di Cna Comunicazione e terziario avanzato

di SIMONE ARMINIO

PAOLO Lambertini è nato fotografo freelance e poi ha fondato Big srls, un'agenzia di marketing digitale. Ovvero due degli estremi nel mare della comunicazione e del terziario avanzato, settore di cui è presidente per Cna Bologna.

Lambertini, come nasce un fotografo, e come diventa imprenditore del web?

«Ho iniziato la mia attività di fotografo come molti: da solo e per passione. Ho capito poi nel tempo che il mondo della comunicazione fosse molto più vasto di come lo vedevo io dall'obiettivo della mia macchina fotografica. Da questa consapevolezza, con un altro socio nel 2012 è nata Big».

Cosa fate?

«Oltre alle foto puntiamo sul marketing digitale e social e sui servizi a supporto di questo mondo».

Fondata la società, fatta la squadra, mancano i clienti.

«Il nostro target ideale comprende aziende abbastanza grandi da

dover avere bisogno di un buon marketing digitale e di una faccia social, ma non strutturate al punto da prevedere queste funzioni già al suo interno».

Ci vogliono gli esperti per aprire un profilo Facebook e un e-commerce?

«Non rivolgersi a un esperto è l'errore che fanno molti. E poi c'è chi si dota degli strumenti migliori, ma poi non pensa a trovare qual-

FORMA E SOSTANZA

«Oltre ad avere un profilo è cruciale sapere di quali contenuti riempirlo»

cuno che li sappia usare. Rischiando di ritrovarsi con un investimento costoso e non remunerativo».

Cosa manca?

«Avuto un profilo social bisogna capire cosa metterci dentro e a chi rivolgersi. Fatto un e-commerce occorre riuscire a vendere».

Il marketing, insomma.

L'UNIONE

Rete trasversale

L'Unione Comunicazione e terziario avanzato di Cna unisce imprese di arti grafiche, produttori di cinema, tv ed editoria, agenzie web e pubblicità

La carica dei 900

Sono gli iscritti all'Unione in città e provincia. Cna offre loro servizi, consulenza normativa, corsi d'aggiornamento e professionalizzanti

«E la competenza degli imprenditori nel cogliere e comprendere l'importanza degli aspetti web e digitali della propria attività».

L'Unione che presiede guarda a un settore che in città ha mila imprese, che vanno dalle tipografie sterminate ai liberi professionisti che lavorano a casa. Complicato farli parlare?

«Complicato ma anche entusiasmante. E soprattutto utile, quando si capisce che chi si rivolge a un tipografo avrà poi bisogno di un grafico, di un fotografo, di un esperto di marketing digitale e tutto il resto. E che chi ha trovato un buon grafico dovrà poi trovare lo stampatore giusto che sappia valorizzare quel lavoro. Tutto si tiene, ognuno di noi collabora, volente o nolente con almeno altre due persone del settore. Tanto vale unirsi, parlarsi, collaborare. Tenendo conto che l'analogico si lega col digitale, e che opportunità e problemi oggi come mai sono trasversali».

© RIPRODUZIONE RISERVATA



Claudio Mancini, vicepresidente Cna Bologna

L'ESPERTO CLAUDIO MANCINI

«Pensare locale, agire globale: il mondo è dei piccoli»

C'ERA un motto in voga tra gli anni Novanta e i Duemila, un modo di intendere l'impresa che all'epoca fu una rivoluzione: pensare globale, agire locale. Claudio Mancini, consulente di marketing e comunicazione, vicepresidente di Cna Bologna, da qualche anno si impegna per far fare alle imprese bolognesi esattamente l'opposto.

Mancini, pensare locale e agire globale, ma che senso ha? è la negazione della globalizzazione.

«E lo step successivo, invece. Vede, il mondo di oggi è proprio quello delle piccole imprese artigiane che conquistano il mondo. Una volta, quando quello slogan fu coniato, il successo era in mano alle multinazionali, ai grandi marchi. Oggi è l'opposto: prendi un'identità localissima, sconosciuta al di fuori della propria città, portala all'estero, negli Stati Uniti, il posto più globalizzato e spersonalizzato del mondo e spiega al pubblico che si tratta di una piccola bottega artigiana di Bologna, città d'Italia, portatrice di un'antica arte generazionale: venderai tutto il vendibile. La gente non cerca più il marchio

conosciuto e il prodotto globalizzato, il mercato ha fame di storie autentiche, di artigiani».

Lei fa questo di mestiere? Aiuta i piccoli ad andare lontano?

«Ho una storia da creativo e consulente di marketing, lavoro in questo mercato da trent'anni ormai, focalizzato sul marketing e sulla comunicazione a tutto tondo. Cerco di capire come un prodotto possa avere successo all'estero».

Ci dia la ricetta.

«Non c'è una ricetta. Cerco, però, per prima cosa, di focalizzarmi sul prodotto, vivisezionandolo, studiando per cercare di capire come venderlo nel mondo, come innescare quel meccanismo di successo che rende globale un prodotto anche molto piccolo. Molto dipende dalla personalità che questi prodotti e queste imprese sanno mostrare. Molto importante capire a chi mostrarlo, dove posizionarlo sul mercato e su quali peculiarità puntare. Peculiarità che, ovviamente, devono già esserci. Il marketing, vede, è solo una cassa di risonanza».

s. arm.

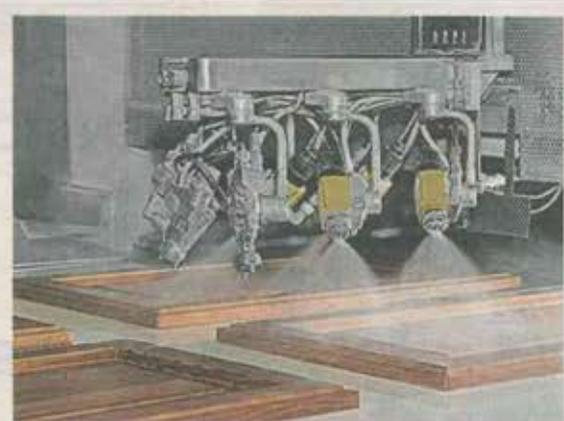
© RIPRODUZIONE RISERVATA

BLOW UP FOTO E VIDEO, PRODUZIONE DI QUALITÀ DI FOTO E VIDEO MULTIMEDIALI E COMMERCIALI PER AZIENDE DEL SETTORE INDUSTRIALE

Si avvale di una squadra di professionisti che si dedica con impegno costante, determinazione e passione a promuovere nuove ispirazioni e un contributo creativo alla concretizzazione delle idee, più innovative e complesse



BLOW UP
foto e video



Sede Operativa e Sala di Posa Foto-Video: Via del Lavoro 261/E - Crevalcore (BO) Loc. Beni Comunali - Tel. 051.981140 - www.blowup.sm - info@blowup.sm

SPECIALE COMUNICAZIONE

I SUCCESSI DELLA CASA BOLOGNESE

NEL 2017 'GLI ASTEROIDI' DIRETTO DA GERMANO MACCIONI, È STATO L'UNICO FILM ITALIANO A LOCARNO, NELLO STESSO ANNO MARIO PIREDDA HA VINTO IL DAVID CON 'A CASA MIA'

LIBERO MERCATO LUCA CORAZZA, REFERENTE DELL'UNIONE

«La professionalità paga»

Formazione e reti per cogliere le nuove sfide



SUPPORTO Luca Corazza, referente Unione Comunicazione terziario avanzato di Cna Bologna

di SIMONE ARMINIO

NOVECENTO iscritti all'Unione comunicazione e terziario avanzato di Cna, unica sigla per un vastissimo mondo di mestieri e professioni: dal libero professionista all'azienda strutturata, dal consulente di marketing al fotografo, dal pubblicitario al tipografo e chi più ne ha più ne metta. «Il punto d'incontro?», spiega Luca Corazza, referente dell'Unione. «Racchiudiamo tutte le personalità utili alle aziende per comunicare in modo efficace e preciso».

E come vanno le cose, Corazza?

«C'è stata una sostanziale tenuta quest'anno, bilanciata tra la leggera flessione degli stampatori e la crescita del mondo informatico».

Come si fa ad andare bene a tutti?

«Ci sono attività che svolgiamo per i singoli settori, ma in realtà il livello di interconnessione è molto alto, così come la collaborazione tra i nostri iscritti. Pensi a uno

stampatore che deve mettere in pagina una foto attraverso un programma digitale, sapendo che poi il file Pdf della sua stampa sarà anche divulgata sui social: in una semplice azione ha toccato già quattro diversi settori. E così via: tutto si tiene, e il nostro compito è aumentare conoscenza reciproca e comunicazione di filiera, fare

UN SETTORE VERTICALE
Lo stampatore parla con il designer che lavora con il fotografo...

aggiornamento professionale sui nuovi software e così via».

Gli ultimi corsi?
«Sulla privacy, la sicurezza informatica, l'aspetto social delle aziende anche di questo settore, la progettazione digitale e molto altro».

Poi ci sono le gite: nel 2015 portaste tutti a Expo.
«(ride, ndr) Non è quasi mai una

gita, anche perché per i piccoli e medi imprenditori, liberi professionisti o con pochi dipendenti, ogni ora persa è denaro. Da quei viaggi però nascono un mucchio di opportunità, di nuovi contatti da sfruttare, conoscenze da affinare, oltre a una socializzazione tra iscritti che è sempre foriera di ottimi sviluppi».

La crisi ha picchiato duro?
«Più che perdita di aziende ha innescato un impoverimento del valore della prestazione; aggravata anche dal fatto che quello della comunicazione è un mercato a ingresso libero, dove tutti possono entrare e, in alcuni casi, improvvisarsi».

Come reagire?
«Non certo con le barriere, piuttosto con una formazione continua, in grado di permettere ai nostri professionisti di fare la differenza in termini qualitativi. Aiutati dal fatto che le nuove tecnologie oggi permettono un riscontro diretto alla comunicazione, in termini di contatti, vendite e guadagni».

© RIPRODUZIONE RISERVATA



CINEMA
Ivan Olgiati, fondatore di Articulture e vicepresidente Cna Bologna

ARTICOLTURE IVAN OLGATI

«Noi artigiani, dalla Bottega al David»

L'AVVENTURA di Articulture nasce nel 2002 grazie a Giovanni Lindo Ferretti. Nel 2017 vince il suo primo David di Donatello con 'A casa mia', di Mario Piredda.

Ivan Olgiati, co-fondatore della casa cinematografica, che c'entra l'ex Csi?

«Lindo Ferretti aveva aperto una Bottega di Musica e Comunicazione. L'idea era proprio quella della bottega artigiana, dove imparare sperimentando. Da alcuni di quegli studenti nacque un'associazione culturale che lavorò a Cna Next, l'evento dei giovani imprenditori di Cna. Quello fu anche il primo contatto con Cna, che ci sostenne poi lungo il percorso».

E il cinema?

«Abbiamo deciso di investirci nel 2010, lasciando un po' indietro le altre vocazioni, dagli eventi al marketing territoriale».

C'è una ricetta?

«Di sicuro conta, oltre alla storia che si vuole raccontare e ai finanziamenti da trovare, anche la capacità di instaurare un rapporto umano profondo con il regista e con gli attori. Un legame che permetta di pensare a un rapporto collettivo, un corpo vivo, e non una fredda collaborazione. A noi è servito».

Come fa a dirlo?

«Penso a 'Gli Asteroidi': non è

il primo film che il regista ci ha proposto. Ma condividendo tutto il percorso con fiducia reciproca, siamo arrivati capire che, per le condizioni date e il momento storico, fosse un'altra la storia da narrare. Unici italiani in gara a Locarno, la scelta è stata premiata».

Più facile o più difficile fare cinema da Bologna?

«Più difficile se si guarda ai centri nevralgici del cinema, Roma in primis. Essere lì vuol dire frequentare i posti giusti, entrare nel giro, farsi vedere, conoscere stakeholders e professionisti senza fatica. Da qui è più complicato, ma il vantaggio è quella tranquillità che consente di creare un gruppo e un progetto coesi che possano crescere e prosperare con l'impegno di tutti, creando interconnessioni, senza frenesia».

Qui mancano i soldi.

«Mancavano, poi il lavoro fatto dalla Regione e dall'assessore Massimo Mezzetti è stato encomiabile. Oggi l'Emilia può contare su una film commission e su dei contributi con i quali poter effettuare ottime produzioni. I risultati si vedranno».

Il prossimo progetto?

«Si chiama 'Zen sul ghiaccio sottile', dell'imolese Margherita Ferri. Stiamo girandolo sull'Appennino. Vi stupirà».

s. arm.

© RIPRODUZIONE RISERVATA

Un unico partner,
infinite soluzioni
per la tua azienda.

Apple, il meglio della tecnologia
e le soluzioni finanziarie che cercavi.

Centro Comm.le Meridiana - Casalecchio di Reno (BO)
Centro Comm.le Centro Nova - Villanova di Castenaso (BO)
www.medstore.it | business@medstore.it



Med Store



Premium Reseller

Centro Assistenza Autorizzato

LE IMPRESE

CEDAB MANUEL GULMANELLI

«Fatturazione elettronica, la nuova missione Sempre al fianco delle piccole e medie imprese per tutte le necessità informatiche»



ESPERTI
Manuel Gulmanelli, titolare di Cedab

«**FATTURAZIONE** elettronica: è la nuova missione di Cedab, sempre al fianco delle piccole e medie imprese nel gestire e aggiornare le proprie strutture informatiche». Questa la prossima novità in vista per l'azienda informatica di Cna, che con i suoi 16 dipendenti e diversi collaboratori esterni assiste gli artigiani alle prese con l'informatica.

Manuel Gulmanelli, Cedab è dal 1983 al fianco delle imprese di Cna.

«Aiutiamo le imprese artigiane in ogni necessità: dalla vendita del pc fino all'assistenza per i server, passando per la consulenza su quali sistemi preferire e altro ancora. Siamo l'unico interlocutore a 360 gradi nel campo dell'informatica, specializzati in ogni tipo di bisogno. E la nostra forza».

Ora accompagnerete gli imprenditori

nel mondo della fatturazione elettronica: è una sfida?

«C'è tanto da fare in tema di modernità e questa sarà una rivoluzione culturale, per noi nati con carta e penna. Però porta tanti vantaggi: semplificherà il lavoro, si sprecherà meno carta e per di più spariranno i raccoglitori che riempiono gli uffici».

Ora però stanno arrivando nelle aziende i nativi digitali...

«Siamo pronti ad accoglierli: talvolta il mondo del lavoro è più indietro rispetto alle esigenze dei clienti, questo invece è il primo vero salto in avanti delle aziende».

Un lavoro che non si ferma mai.

«Inseguiamo sempre le novità, studiando e cercando di interpretare le esigenze e le offerte del mondo digitale».

Federica Orlandi
© RIPRODUZIONE RISERVATA

LE SFIDE DEL MESTIERE

GULMANELLI: «LE AZIENDE SI STANNO PREPARANDO AD ACCOGLIERE I NATIVI DIGITALI, CHE STANNO INIZIANDO A ENTRARE NEL MONDO DEL LAVORO. MA C'È ANCORA TANTO DA FARE PER STARE AL PASSO»



CAMBIO
Sergio Giordani, uno dei titolari di Cbrc, a fine mese andrà in pensione e lascerà il comando agli altri soci

CBRC SERGIO GIORDANI

«Recupero, la strategia vincente puntando sulla qualità del materiale Questa è la nostra idea di sviluppo»

DALLA FUSIONE di tre aziende del settore, nel 1990, nasceva Cbrc, azienda che si occupa di recupero e lavorazione della carta da macero. Un orgoglio per Sergio Giordani, titolare uscente che a fine mese andrà in pensione e lascerà il testimone agli altri sei soci.

Giordani, come va il vostro business?

«Il periodo della crisi si è sentito, ma oggi va meglio. Anche se il fatto che la Cina, paese in cui esportiamo molto, abbia praticamente chiuso le porte all'import di rifiuti, ci limita un po'».

Parliamo di recupero. C'è una strategia che premia, nel vostro settore?

«Cbrc si occupa per il 90 per cento di carta

da macero e per il 10 per cento del recupero di legno e plastica. La prima viene rigenerata in carta per imballaggi, da giornale, igienica; i secondi in pannelli e in oggetti a base di plastica come i sacchetti per i rifiuti. La strategia che premia è lavorare sulla qualità dei materiali. È ciò che fa la differenza tra commercializzare bene o meno; questo è il nostro obiettivo principale. Ma c'è di più».

Cosa?

«Come azienda cerchiamo di offrire il meglio ai nostri clienti e ai fornitori sul fronte di puntualità e gestione dei rifiuti; un impegno costante, per tutti noi 26 che lavoriamo in azienda».

f. o.

© RIPRODUZIONE RISERVATA

business technology solutions

think forward
cedab



Nati per far crescere la tua azienda, cresciuti per semplificarci la vita

sistemi informatici (hardware e software) per piccole e medie imprese e per professionisti, programmi gestionali, software di settore, soluzioni per la fatturazione elettronica, sicurezza, reti, cloud, virtualizzazione, assistenza completa e consulenza globale

35 anni di attività - 15.000 pc venduti
21.000 clienti - 1.400 contratti di assistenza



Via Lugo 10/c - 40128 Bologna - Tel. 051.2106811 - Fax 051.320381
www.cedab.com - cedab@cedab.com



MERIDIANA

IDEE AMBIENTE

Via dell'Industria 38 - Bologna - Tel 051.6012368

LE IMPRESE

UN'ATTENZIONE CHE SEGUE TUTTA LA CATENA

«ABBIAMO CONSEGUITO CERTIFICAZIONI FSC CHE GARANTISCONO UNA CATENA DI CUSTODIA CONTROLLATA, DALLA TUTELA DEL BOSCAIOLO CHE PROCURA I MATERIALI AL PRODOTTO FINITO»

«Il futuro è la sostenibilità»

Arti Grafiche Reggiani punta su qualità e impegno nel riciclo

FABIA FABBIANI

Nell'ultimo anno abbiamo investito molto nello studio e nella ricerca di prodotti nuovi, che sostituissero quelli fatti di plastica

montare sulle macchine per ottenere il foglio stampato».

NON SOLO: «Investire nella tecnologia e adeguarsi alle richieste di mercato con attrezzature efficienti sono state le nostre risposte alla crisi – prosegue la titolare –. Abbiamo inoltre conseguito certificazioni Iso 9001:2008, Fsc, e stiamo avviando un percorso di Gmp (Good manufacturing practice) per garantire al cliente una catena di custodia controllata e il rispetto delle buone prassi di fabbricazione riguardanti i prodotti cartotecnici a contatto con gli alimenti».

I clienti di Arti Grafiche Reggiani spesso sono storici: «Apprezzano la qualità di un lavoro fatto con professionalità e precisione, ma con la flessibilità di un'impresa artigiana, lavorando anche su tre turni – conclude Fabia Fabbiani –. Non solo: offriamo anche lavorazioni altamente specializzate, come le applicazioni speciali di rilievi in oro e argento a caldo, e la lavorazione di oro in polvere che ormai nel nostro settore non fa quasi più nessuno».

© RIPRODUZIONE RISERVATA



FAMIGLIA
Fabia Fabbiani e i fratelli Fabrizio e Federico mostrano l'attestato da parte di Cna per i 50 anni della loro attività 'Arti Grafiche Reggiani'

QUALITÀ, servizio e sostenibilità ambientale. Queste le tre parole chiave di Arti Grafiche Reggiani, azienda del territorio emiliano, che lo scorso luglio ha compiuto 50 anni di attività. E che oggi, forte dell'impronta di nuova generazione – al timone sono infatti Fabrizio, Fabia e Federico, figli del socio fondatore Guido Fabbiani – punta sulla ricerca e sullo studio di prodotti innovativi, ecosostenibili e biodegradabili.

L'azienda di Ponte Rizzoli, frazione di Ozzano, è presente nel settore dell'industria grafica cartotecnica con prodotti di stampa su carta e cartone, per lo più packaging per alimenti (tra cui etichette, astucci, cluster, contenitori), ma

UN SERVIZIO FLESSIBILE

«Non esitiamo a lavorare fino a mezzanotte o il sabato, con abilità ormai perse»

anche per l'industria cosmetica, farmaceutica e per la detergenza. «Nell'ultimo anno abbiamo soprattutto investito nello studio e nella realizzazione di nuovi prodotti, per sostituire quelli in commercio composti per lo più da plastica – spiega Fabia Fabbiani –. Puntiamo sulla ricerca di materie

prime di qualità, con fibre naturali e biodegradabili, in linea con le attuali direttive dell'Unione europea. Una scelta utile anche per i clienti che esportano». Per il settore dell'azienda, fondata nel 1967, «ora è cambiato il mondo – sorride Fabia Fabbiani –: quando è nata la nostra attività, la tecnologia

era completamente diversa. Oggi investiamo in macchinari innovativi, con l'occhio rivolto sempre al futuro».

PUNTARE sulle innovazioni, del resto, non è uno scherzo, economicamente: una macchina da stampa moderna costa dal milio-

ne e mezzo di euro in su. «Nel 2009 ne abbiamo acquistate due, in grado di interfacciarsi tra loro – prosegue la figlia del fondatore –. Il nostro processo produttivo inizia con l'acquisizione dei file del cliente e una volta eseguite le modifiche richieste, si procede alla realizzazione delle le lastre da



50
anni
d'amore
per l'arte
grafica

www.artigrafichereggianni.it
facebook: Arti Grafiche Reggiani

LE IMPRESE

UN TEMA CALDISSIMO E LE NUOVE NORME SULLA PRIVACY

BIANCONI: «LA NUOVA LEGGE SULLA PRIVACY DELL'UNIONE EUROPEA SARÀ ANCORA PIÙ RESTRITTIVA RIGUARDO DATI PERSONALI, SENSIBILI E BACKUP. NOI AIUTEREMO LE IMPRESE AD APPROFONDIRE IL TEMA»

PROVIDEANT MAURIZIO BIANCONI

«Sicurezza informatica, una specialità
Così difendiamo i dati sensibili
che viaggiano su Internet»



AL TIMONE
Da sinistra:
Marco
Gardenghi,
Maurizio
Bianconi
e Salvatore
Roberto,
i tre soci
titolari di
Provideant

PROVIDEANT è nata nel 2011, ma con i suoi tre titolari e altrettanti dipendenti è già lanciata e in crescita. Tecnologia informatica e web marketing non hanno segreti per quest'azienda, che ha la sede operativa a Castel Maggiore, da cui segue le imprese e la clientela privata.

Maurizio Bianconi, il web marketing piace sempre di più.

«Le aziende chiedono supporto nella gestione dei social, della pubblicità sui motori di ricerca, della visibilità su internet. Ci occupiamo anche di un'altra cosa che preme moltissimo, soprattutto di recente».

Sarebbe?

«La sicurezza informatica. Saremo al fianco delle aziende quando affronteranno le novità della legge sulla privacy dell'Unione

europea, che sarà ancora più restrittiva in tema di condivisione dei dati. Già viaggiano in rete, anche quelli sensibili. Noi cerchiamo di offrire un servizio personalizzato per il cliente: è un settore ampio».

Per quanto riguarda il web marketing, invece?

«Intendiamo sviluppare un reparto che guardi al futuro e alle esigenze che avranno le imprese».

È il vostro servizio più richiesto?

«Sì, i clienti cercano la massima visibilità. Seguiamo per lo più piccole e medie imprese, che sono meno assistite dal punto di vista del marketing e non hanno una figura di riferimento al loro interno. Poi resta sempre richiestissima l'assistenza, soprattutto per le reti interne».

Federica Orlandi
© RIPRODUZIONE RISERVATA



TITOLARE
Elia
Nardini
di CorGae Sas,
acronimo
che sta per
Consulenza
in
organizzazione
editoriale

CORGAELIA NARDINI

«Siamo una piccola azienda 4.0
Tra certificazioni e impegno
il nostro business è l'innovazione»

«SIAMO solo in 10, ma la nostra è un'azienda 4.0: qualità e innovazione i principali obiettivi». Racconta la sua corGae - l'acronimo dell'azienda di San Lazzaro sta per Consulenza in organizzazione editoriale - il titolare Elia Nardini.

Nardini, ci dica di più di corGae.

«Nel 2010 eravamo in piena crisi economica. Abbiamo deciso di reagire facendo il primo salto in avanti e investendo pesantemente nella stampa digitale, settore nel quale fummo sfortunati pionieri nel 2001, appena prima della crisi dell'11 settembre. Poco dopo abbiamo fatto il secondo, ottenendo sempre più certificazioni, di cui andiamo molto fieri».

Di una in particolare...

«Sì, la Iso 12647-2, che garantisce risultati e qualità delle macchine da stampa tradizio-

nali. Siamo stati gli unici, nel 2008, a ottenerla per le nostre tecnologie digitali. Siamo stati dei pionieri: solo nel 2013 la certificazione è stata ufficialmente estesa anche a questo tipo di strumenti».

Altri salti in vista?

«Certo, la tecnologia è la nostra bandiera e ci sono novità in arrivo. Non dirò altro, anche se, riguardo all'essere pionieri, ricordo che siamo ancora i primi a Bologna a installare un verniciatore digitale ad alto spessore, che consente nobilitazioni bellissime».

Ci faccia un altro esempio.

«Siamo nati nel '93, assieme ai Pdf e ai Profili colore. Non a caso sono le due cose di cui siamo specialisti. Ci siamo subito distinti perché gestivamo lavori che per gli altri erano sconosciuti e difficilissimi...».

f. o.

© RIPRODUZIONE RISERVATA

Provideant
INFORMATICA

Consulenza - Web Marketing - Grafica

Via Gramsci, 36 Castel Maggiore

Tel. 051 0826989

www.provideant.it

specialisti del colore

lo sappiamo catturare, manipolare e stampare

Dal 1993 il tuo partner nell'editoria e stampa

corGae

25
anniversario
1993 - 2018

www.corgae.it - 051 6270076 - San Lazzaro di Savena