

Impresa & Imprese

STRUMENTI E STRATEGIE PER LA GESTIONE D'IMPRESA

UNA SOLA VIA VERSO L'ECCELLENZA

PROCESSI LEAN

WORLD CLASS MANUFACTURING

SOSTENIBILITÀ AMBIENTALE

INNOVAZIONE

OPERATIONAL
EXCELLENCE

SUMMIT 2011

1
2011

pag. 4 **OPERATIONAL EXCELLENCE
SUMMIT 2011**

"ecco le nuove sfide"

pag. 13 **OPERATIONAL EXCELLENCE
AWARD 2011**

La seconda edizione del premio

pag. 22 **HIGHLAND WORLDWIDE**
si presenta con le "Belles Histoires"

pag. 16 **"LEADERSHIP E
SUCCESSIONE"**

Il nuovo libro di Romano Bonfiglioli

sommario

Proprietario

Bonfiglioli Consulting srl
Via Isonzo, 61
Casalecchio di Reno (BO)
e-mail: info@bcsa.it

Autorizzazione
del Tribunale di Bologna
n° 7277 del 10/12/2002

Direttore responsabile:
Stefano Catellani

Stampa

Bertani&C. srl
Via C.A. Dalla Chiesa, 4
42025 Cavriago (RE)

**Progetto grafico
e Editing**

Artoni Grafica
Montecchio Emilia (RE)

editoriale

TUTTE LE SFIDE CHE IL MADE IN ITALY "PUÒ E DEVE VINCERE" pag. 3

primo piano

OPERATIONAL EXCELLENCE SUMMIT 2011
"ECCO LE NUOVE SFIDE" pag. 4
UNA STORIA CHE PARTE DA LONTANO... pag. 5
TRE NUOVE SESSIONI TEMATICHE PER ARRIVARE AL CUORE DEI PROBLEMI pag. 6
NELLA "CASA" DEL SOLE 24 ORE pag. 7
LE PAROLE DEL CAMBIAMENTO pag. 8
OPERATIONAL EXCELLENCE SUMMIT 2011
"MINUTO PER MINUTO" pag. 9
I PROTAGONISTI pag. 10
COME ERAVAMO
IL 1° RAPPORTO OPERATIONAL EXCELLENCE pag. 13
LEAN SUMMIT STORY 2003-2009
TANTE STORIE DI SUCCESSO pag. 12
SAPI:
ECCO LE NUOVE FRONTIERE DEL MANUFACTURING pag. 23

premi

OPERATIONAL EXCELLENCE AWARD: IL PREMIO ALLA TECHNOGYM pag. 13
BONFIGLIOLI CONSULTING HA PARTECIPATO AL PREMIO "DI PADRE IN FIGLIO" pag. 18

in libreria

EVENTI
IL 2011 SI APRE CON "LEADERSHIP E SUCCESSIONE" pag. 16
IL TOUR 2010 CON "LEADERSHIP E DINTORNI" pag. 17

local & global

HIGHLAND WORLDWIDE:
UN VIDEO PER CAPIRE IL MONDO pag. 20
TANTE "BELLES HISTOIRES" TUTTE VINCENTI pag. 22
TRAVEL & TRANSPORT INTERNATIONAL MEETING pag. 24
I MAGNIFICI OTTO A MILANO IL 4-5 MAGGIO pag. 26
FOCUS ON
IL "MARCONI" CHE VOLA ALTO pag. 25

Manda

BONFIGLIOLI CONSULTING
Impresa & Imprese
STRUMENTI E STRATEGIE PER LA GESTIONE D'IMPRESA

ad un amico

Download Impresa&Imprese

Il nuovo sito internet **www.bcsa.it** consente di scaricare, leggere e stampare TUTTI I NUMERI DAL 2003 al 2010 dell'house organ Impresa & Imprese. E' il modo più semplice per consigliare a un amico di leggere un articolo e per far circolare le informazioni oppure consultare una preziosa fonte di informazioni sulla vita delle imprese. La procedura è semplicissima

1) Porta il mouse su **KNOW HOW E METODOLOGIE**, evidenzia pubblicazioni e clicca su **HOUSE ORGAN**



2) Scarica, leggi e stampa Impresa & Imprese in formato Pdf. Troverai tutti i numeri dal 2003 al 2010





Stefano Catellani
scatell@tin.it

3

Tutte le sfide che il made in Italy "può e deve vincere"

In un anno speciale come il 150° dell'Unità di Italia anche il mondo delle imprese può e deve riscoprire un po' di sano orgoglio Tricolore. Non è facile e lo sanno bene tanti imprenditori che un pezzo d'Italia lo portano in giro per il mondo ogni giorno. "Fanno da soli" e il Sistema Paese, il sistema Italia, non li aiuta. Ma all'estero continuano a portare idee, innovazione, stile, saper fare. Possiamo farcela... e abbiamo ancora tante carte da giocare. Non c'è solo la moda, il design e l'alimentare. C'è un made in Italy apprezzato e vincente anche in settori avanzati come la meccanica, l'aerospaziale, la componentistica che consente a grandi colossi multinazionali di crescere e vincere.



A Davos si è svolto il World Economic Forum 2011



Il passaggio generazionale è il focus del nuovo libro di Romano Bonfiglioli

Una "reputazione" che le classifiche internazionali e gli analisti che animano i grandi summit economici come quello recentissimo di Davos in Svizzera qualche volta (troppo spesso) ci negano esaltando le ombre più delle luci. È la Svizzera il Paese più competitivo del mondo, seguita dalla Svezia e da Singapore. È quanto emerge dall'ultima classifica 2010-2011 del World Economic Forum di Davos (il Global Competitiveness Index 2009-2010) che ha registrato il "tonfo" degli Usa di due posizioni al quarto posto. L'Italia resta invece ferma in coda a tutti i paesi maggiormente industrializzati al 48esimo posto. "Il paese - si legge nel rapporto - continua a migliorare in molte aree". Ma la Bella Italia è superata anche dalla Polonia e resta lontanissima dai maggiori concorrenti europei (Germania settima, Gran Bretagna 13esima e Francia 16esima) e a debita distanza anche dalla Spagna (33esima), per non accennare ai Paesi scandinavi (Svezia quarta, Danimarca quinta e Finlandia sesta). Restano però "alcune debolezze strutturali critiche dell'economia". Prima tra tutte "un mercato del lavoro molto rigido" per cui il paese sprofonda al 118esimo posto sui 139 presi in considerazione. Eccellente performance del Paese resta quella dei distretti industriali, per i quali l'Italia guadagna il primo posto, e per l'ampiezza di mercato (nono posto) "che permette significative economie di scala". La ripresa globale è tornata vigorosa ma l'Italia non tiene il passo. Lo dice il Centro Studi di Confindustria che "il 2011 si presenta come l'anno della stabilizzazione delle aspettative e della riduzione dell'incertezza".

Analisti italiani e stranieri concordano: in tutto ciò, spiega Confindustria, "l'Italia fatica ad andare oltre l'1% nella velocità del Pil" e "non tiene il passo" della ripresa globale: "la produzione industriale è invariata in dicembre (-0,3% nel 4° trimestre, stime CSC; +1,1% in novembre), attestandosi al 17,8% sotto i livelli pre-crisi". E' vero che "l'Italia è diventata in qualche modo una sorta di Repubblica delle banane, un Paese alla Spaghetti Western con la gente che si chiede come si possa continuare così. Ma se si

guarda all'Italia obiettivamente - spiega l'economista inglese Howard Davis, direttore della prestigiosa London School of Economics ed ex numero uno della Consob inglese - si vede che il Paese ha molti punti di forza: piccole e medie imprese forti, un Nord molto competitivo, un sistema bancario in salute. Non ci sono stati i problemi avuti da altri Paesi". Poi però ci sono le storie reali e di successo di tante imprese, anche piccole, che un po' di made in Italy riescono a imporlo nel grande mercato globale. E' per loro che è giusto celebrare i 150 anni dell'Unità d'Italia per tanti italiani che l'Italia la fanno vivere anche all'estero. Non è facile i "numeri" sembrano alzare ogni volta l'asticella ma anche nel 2011 ci sarà un giovane imprenditore italiano che porterà il nostro saper fare in Cina, in India o in Brasile. Il tema del passaggio generazionale è al centro di molte riflessioni, e anche queste non sono tutte orientate all'ottimismo. Romano Bonfiglioli lancia un segnale importante. Con il libro "Leadership e successione" che arriverà presto nelle librerie di tutta Italia dimostra che c'è una via maestra per impostare correttamente la successione nelle imprese, anche in quelle piccole e medie. Il meccanismo è sempre lo stesso: casi concreti di imprese che hanno vinto la sfida. E' una linea che segue da quasi quarant'anni e che ha portato dalla qualità al Lean Thinking "alla maniera italiana" e oggi porta verso l'eccellenza nelle operation. In maggio dopo quattro edizioni il Lean Summit diventerà OPERATIONAL EXCELLENCE Summit. La via verso l'eccellenza è sempre in salita ma ci sono anche i segnali positivi: in questi mesi sta salendo ai massimi di tre anni, a ben prima della crisi di Lehman, la fiducia che le imprese italiane ripongono soprattutto nel futuro della loro attività. Le attese per la crescita globale sono tutte al rialzo "non solo per i paesi emergenti e per gli Usa, ma anche per paesi più vicini a noi, come Germania e Francia, e ciò dovrebbe dare una buona spinta al nostro export".

Buon lavoro ... ne abbiamo bisogno ma possiamo farcela!



A Milano una giornata full immersion con al centro i processi in ottica Lean, World Class Manufacturing, sostenibilità ambientale e innovazione

OPERATIONAL EXCELLENCE

Summit 2011: “ecco le nuove sfide”

Bonfiglioli Consulting annuncia il nuovo appuntamento per imprenditori e manager che puntano all'eccellenza a 360°

Il conto alla rovescia è iniziato: il 6 maggio (dalle 9,00) la sala conferenze “Collina” della sede milanese del Gruppo 24 Ore ospiterà la prima edizione dell'appuntamento biennale che Bonfiglioli Consulting organizza dal 2003 per fissare “lo stato dell'arte” nelle strategie che in una visione sempre più internazionalizzata portano le aziende a innalzare il posizionamento sui mercati di riferimento. Si parte da un benchmarking, da un confronto tra i parametri di competitività tra aziende di paesi diversi: Italia, Germania, Francia, Spagna, Olanda per arrivare a sintetizzare le linee guida, le vere “buone pratiche” (le “azioni concrete e quotidiane”) che ogni impresa può adottare se vuole davvero crescere in modo sostenibile.

Il focus, ancora una volta, è sul cambiamento e il primo Operational Excellence Summit 2011 vuole essere “l'acceleratore del cambiamento”.

E' questa, nei fatti, la reale esigenza che si misura vivendo ogni giorno nelle imprese italiane che vogliono continuare a rimanere sul mercato in posizioni di eccellenza.

Ecco la parola chiave: ECCELLENZA. Sarà quello il filo conduttore per i prossimi anni e il team Bonfiglioli Consulting che vuole continuare a essere (è questo l'impegno fin dalla fondazione nel 1973) una vera e propria “cinghia di trasmissione” fra la cultura internazionale e le imprese (specialmente quelle di medie dimensioni) attraverso la consulenza avanzata spinge a fondo sui temi più innovativi: il Lean Thinking, il World Class Manufacturing, la sostenibilità ambientale e l'innovazione.

Parole chiave che si fondono nel logo Operational Excellence Summit 2011 e nel team della convention: UNA SOLA VIA VERSO L'ECCELLENZA.



OPERATIONAL
EXCELLENCE

SUMMIT 2011

6 MAGGIO - MILANO

Una storia che parte da lontano...

Mi sono sempre chiesto cosa rendesse le aziende eccellenti e quale fosse il segreto di quelle di successo.

Nella lunga esperienza della nostra società infatti, abbiamo incontrato tanti casi di aziende che hanno negli anni ottenuto risultati straordinari, che hanno saputo conquistare mercati in tutto il mondo, che hanno introdotto innovazioni tali da rivoluzionare lo stato dell'arte di quel particolare periodo.

E tra queste, ci sono tante aziende italiane.

Lo dico con una punta di orgoglio e di sentito rispetto per quelle imprese che hanno portato in alto il nome dell'Italia nel mondo e che ci fanno ricordare con il loro esempio che l'Italia rimane pur sempre la settima potenza economica mondiale e tra le prime 5 come export di prodotti manifatturieri.

Credo che questo orgoglio possa e debba essere più che mai attuale quest'anno che viene celebrato il 150esimo anniversario dell'Unità d'Italia.

Dopo quattro edizioni del Lean Summit (la prima fu nel 2003) dove ci eravamo soprattutto concentrati nell'ambito produttivo, abbiamo deciso infatti di allargare la visione delle imprese eccellenti e di capirne i tratti distintivi. L'Operational Excellence Summit 2011 ha l'obiettivo di presentare lo stato dell'arte di queste aziende che presentano processi operativi senza sprechi, una costante propensione all'innovazione e il rispetto della sostenibilità ambientale e sociale.

A tutti coloro che parteciperanno il mio augurio è di poter attingere a metodi ed esperienze da portare nelle loro aziende e, perché no, anche di recuperare un po' di orgoglio di essere italiani.

Sono queste le tre dimensioni che Bonfiglioli Consulting considera come necessarie per poter considerare un'azienda davvero eccellente a livello mondiale.

La conferma di questa visione ci arriva dallo studio internazionale condotto insieme ai nostri partner di Highland Worldwide che ha interessato le maggiori economie occidentali e i cui risultati verranno presentati nell'ambito di questo convegno. Oltre a questo la giornata offrirà lo spunto per ulteriori approfondimenti di casi reali di aziende italiane eccellenti nei Processi, nell'Innovazione e nella Sostenibilità.

A tutti coloro che parteciperanno il mio augurio è di poter attingere a metodi ed esperienze da portare nelle loro aziende e, perché no, anche di recuperare un po' di orgoglio di essere italiani.

Ci sono 150 anni di storia che ce lo ricordano..

Michele Bonfiglioli

Amministratore Delegato
Bonfiglioli Consulting



Tre nuove sessioni tematiche per arrivare al cuore dei problemi

L'Operational Excellence Summit 2011 è l'occasione per imprenditori e manager di confrontarsi su temi concreti quali l'efficienza dei processi, l'innovazione e la sostenibilità attingendo a casi reali e a dati su un campione europeo di aziende.



Matteo Bonfiglioli

Presidente
Bonfiglioli
Consulting

"Nella sessione mattutina – annuncia Matteo Bonfiglioli, presidente di Bonfiglioli Consulting – verranno presentati i risultati di un benchmarking europeo che ha coinvolto centinaia di aziende manifatturiere e che ha visto le aziende italiane distinguersi per risultati alterni: se da una parte ci sono casi eccellenti sui diversi fronti (specialmente nell'efficienza dei processi) dall'altra ci sono segni della mancanza di una visione organica e strutturata di azioni verso l'eccellenza. Questi aspetti sono ancora più evidenti nelle sessioni "Innovazione e Sostenibilità" dove si manifesta un grande interesse e coscienza dell'importanza del tema, ma non ci sono azioni strutturate e coerenti con un piano strategico. Nella sessione di lavoro pomeridiana, dopo aver premiato le aziende più meritevoli, il team Bonfiglioli Consulting presenterà una serie di "casi di successo" con testimonianze dirette di realtà italiane che hanno saputo competere ed eccellere a livello mondiale".

Nella sessione di approfondimento sui Processi, verranno analizzati casi di aziende che attraverso il Lean Thinking e il World Class Manufacturing

hanno ridotto i costi industriali di oltre il 20%, aumentato la produttività di oltre il 15%, migliorando la gestione delle scorte e il tempo di consegna con moltiplicatori a doppia cifra.

Nella sessione sull'Innovazione verranno messe in luce aziende che hanno saputo lanciare nuovi prodotti a un ritmo raddoppiato rispetto agli anni precedenti, imprese di dimensioni diverse che hanno drasticamente (oltre il 30%) ridotto il tempo di evasione della commessa attraverso il Lean Development e al tempo stesso hanno aumentato la produttività dell'Ufficio Tecnico, della fase di progettazione.

"La sessione sulla Sostenibilità è forse la più sfidante – conclude Matteo Bonfiglioli – perché oltre a contributi di esperti internazionali, sarà presentato il caso di un'azienda che ha fatto della sostenibilità una bandiera oltre al motore del suo sviluppo e la colonna portante del proprio business".

Al termine degli interventi, i relatori saranno a disposizione per ulteriori delucidazioni ed approfondimenti con sessioni di domande e risposte che sono la caratteristica guida dell'Operational Excellence Summit 2011.



Nella “casa” del Sole 24 Ore lo spazio dove le idee diventano VALORE

La prima edizione dell'Operational Excellence Summit si svolgerà nella sala Collina della sede milanese del Gruppo 24 Ore in via Monte Rosa 91 a Milano.

E' un grande spazio inserito nel centro congressi (500 metri quadrati) che sarà adattato alle esigenze operative del Summit voluto da Bonfiglioli Consulting. Il tutto in un grande spazio dove l'architettura ha messo al centro la funzionalità. L'architettura contemporanea come valore differenziante. L'edificio di via Monte Rosa, progettato da Renzo Piano, è un'opera che ha cambiato il volto di una grande area ex industriale, trasformandola in un esempio di eleganza dell'architettura urbana milanese. Come il quotidiano così la sua sede è un continuo dinamico divenire, è un vero design esperienziale, che si esprime attraverso la versatilità della Sala Collina, l'eleganza dell'Auditorium, la funzionalità della Sala Stampa e la vastità della Piazza con la sua oasi verde. Bonfiglioli Consulting ha scelto questa sede per presentare l'Operational Excellence Summit 2011 in Italia.





Le parole del cambiamento

BUSINESS & ENVIRONMENTAL SUSTAINABILITY

In una definizione ormai comunemente riconosciuta Rapporto Brundtland del 1987, la sostenibilità è definita come "Equilibrio fra il soddisfacimento delle esigenze presenti senza compromettere la possibilità delle future generazioni di sopperire alle proprie". O ancora meglio, nella dimensione aziendale, un approccio proattivo per assicurare una crescita nel medio lungo termine del business, ottimizzando le risorse, riducendo gli impatti ambientali, sociali e gestendo le risorse senza compromettere il profitto (a pro-active approach to ensure the long-term viability and integrity of the business by optimizing resource needs, reducing environmental, energy or social impacts, and managing resources while not compromising profitability).

INNOVAZIONE

Da Wikipedia, l'enciclopedia libera

Innovazione è un'attività di pensiero che, elevando il livello di conoscenza attuale, perfeziona un processo migliorando quindi il tenore di vita dell'uomo. Innovazione è cambiamento che genera progresso umano; porta con sé valori e risultati positivi, mai negativi. Il cambiamento che porta peggioramento delle condizioni non è innovazione: è regresso. Il perfezionamento può riguardare un processo di produzione (prodotto con migliori caratteristiche, che richiede meno componenti, meno inquinante), un servizio (rendendolo più efficiente e utile), la creazione di un oggetto artistico (statua, disegno, quadro, fotografia che ispira un sentimento più piacevole, ...), una tecnica medica (cura che porta migliore salute), una melodia, un nuovo tipo di cibo (più gustoso e invitante), una logica filosofica o spirituale (nuovo modo di vedere il mondo e gli avvenimenti che aiuta l'uomo). Motore dell'innovazione è l'Etica, cioè il desiderio sincero e forte di servire l'uomo (produrre qualcosa di buono e di bello); quando questo sentimento è limitato a se stessi, la capacità innovativa risulta minore.

OPERATIONAL EXCELLENCE

From Wikipedia, the free encyclopedia

Operational Excellence is a philosophy of leadership, teamwork and problem solving resulting in continuous improvement throughout the organization by focusing on the needs of the customer, empowering employees, and optimizing existing activities in the process. Operational Excellence stresses the need to continually improve by promoting a stronger teamwork atmosphere. Safety and quality improvements for employees and customers lead towards becoming a better enterprise.



OPERATIONAL EXCELLENCE SUMMIT “minuto per minuto”



I RELATORI E I CASI AZIENDALI

Sarà una full immersion: una intera giornata di lavoro e confronto (anche one to one) sui temi legati alle grandi sfide che ogni giorno le imprese devono affrontare in tutto il mondo.

IL PROGRAMMA

9.00 Registrazione partecipanti

PLENARIA - Sala Collina

9.30 Benvenuto e Introduzione lavori

Matteo Bonfiglioli - Presidente Bonfiglioli Consulting

La visione delle imprese eccellenti: dal lean manufacturing a un approccio globale

Michele Bonfiglioli - CEO Bonfiglioli Consulting

Presentazione risultati Benchmarking Study 2011

Giovanni Mandelli - Capo Progetto Bonfiglioli Consulting

11.00 Coffee Break

11.20 Commenti sull'indagine e sui risultati

Romano Bonfiglioli - Presidente onorario Bonfiglioli Consulting

Enrico Loccioni - Presidente Loccioni Group

Piero Toselli - CEO Magneti Marelli Powertrain & Electronics

Fulvio Uggeri - Direttore Centro Ricerche Bracco Imaging

Moderatore Stefano Catellani Giornalista

Un libro in 1 minuto: Leadership e successione

Romano Bonfiglioli - Presidente onorario Bonfiglioli Consulting

12.30 Lunch

14.00 Presentazione sessioni tematiche

Michele Bonfiglioli - CEO Bonfiglioli Consulting

Enrico Loccioni - Presidente Loccioni Group

Piero Toselli - CEO Magneti Marelli Powertrain & Electronics

Fulvio Uggeri - Direttore Centro Ricerche Bracco Imaging

Moderatore Stefano Catellani Giornalista

Opex Award 2011 - Premiazione

Nel pomeriggio sessioni tematiche in parallelo

15.00 PROCESSI

I risultati del WCM: il caso Magneti Marelli

Piero Toselli - CEO Magneti Marelli Powertrain & Electronics

Aumentare la produttività attraverso il Lean: il caso Permasteelisa

Direzione industriale - Permasteelisa

Il progetto L'Aquila Flies - Il nuovo stabilimento Thales Alenia progettato in ottica Lean a L'Aquila

Emmanuela Miconi - Responsabile del Progetto L'Aquila F.L.I.E.S. Thales Alenia Space Italia

17.00 Question Time - Chiusura lavori

15.00 INNOVAZIONE

Lean in R&D ovvero quando l'obiettivo fa la squadra: il caso Bracco

Fulvio Uggeri - Direttore Centro Ricerche Bracco Imaging

Una visione globale dello sviluppo prodotto: il caso GEA Niro Soavi

Marco Gandini - Managing Director GEA Niro Soavi

Lean nell'innovazione - La gestione strategica dello sviluppo prodotto: il caso DUNA-Corradini

Marta Brozzi - Senior Project Manager DUNA-Corradini

17.00 Question Time - Chiusura lavori

15.00 SOSTENIBILITÀ

Da una visione a un modello di business: il caso Loccioni Group

Enrico Loccioni - Presidente Loccioni Group

Sustainability driving 'new' business performance

Hans Bakker - Managing Partner; Harald Rossing Senior Consultant Twinstra Gudde Adviseurs en Managers

Sostenibilità è Innovazione

Sebastiano Renna - Sustainability Manager SEA Aeroporti Milano

17.00 Question Time - Chiusura lavori

“L'innovazione consiste nel vedere ciò che hanno visto tutti pensando ciò che non ha pensato nessuno”

Albert Szent-Gyorgyi Premio Nobel per la medicina 1937

OPERATIONAL EXCELLENCE SUMMIT: i protagonisti

ENRICO LOCCIONI
Presidente Loccioni Group

LOCCIONI

Nel 1968 inizia il suo percorso imprenditoriale come artigiano nel campo elettrico fino ad oggi che riveste la carica di Presidente di un Gruppo leader a livello mondiale nella misura e nell'automazione per il controllo qualità e la sostenibilità. I numeri del gruppo: 340 collaboratori, 60 milioni di Euro di fatturato consolidato, installazioni in oltre 40 paesi nel mondo, dall'America Latina all'Estremo Oriente e su vari settori (auto, elettrodomestico, ambiente, energia, sanità). Soprattutto Loccioni è un'Open Innovation Company, cioè un modello imprenditoriale in cui la rete con il territorio e l'innovazione sono alla base della crescita del Gruppo. Questo modello di impresa focalizzato sull'innovazione: innovazione tecnologica, innovazione nelle relazioni con clienti e fornitori e innovazione nella gestione dei collaboratori è stato premiato con importanti riconoscimenti tra cui: per 6 anni consecutivi (dal 2002 al 2007) il Gruppo Loccioni riceve il **Best Workplaces Italia** (www.greatplacetowork.it) per l'eccellenza dell'ambiente di lavoro, a questi si aggiunge in campo innovazione il **Premio National Instruments** per la “Migliore Applicazione Automotive Forum 2008”, il “Green Engineering Application of the Year” – Austin Texas (Il Mexus) e il Premio di Legambiente “Innovazione Amica dell'Ambiente” per la Leaf House. Nel 2010

www.loccioni.com - www.leafcommunity.com



La sua parola d'ordine è “coinvolgere le persone”

il Gruppo Loccioni riceve dal Presidente della Repubblica il Premio Nazionale per l'Innovazione, dedicato alle eccellenze italiane che si sono distinte per capacità innovative e creative, il Ruben d'Honneur dell'European Business Award per la categoria Corporate Sustainability e il Grand Design Etico International Award per il progetto Leaf Meter, il misuratore di sostenibilità.

Loccioni Group - Parigi, novembre 2010

A Sustainable Future

**A PARIGI
IL GRUPPO
LOCCIONI SI
AGGIUDICA
IL RUBAN
D'HONNEUR
PER LA
SOSTENIBILITA'**

Nella splendida cornice del Westin Hotel a Parigi, dove si è svolta la cerimonia di premiazione dello European Business Award, il premio promosso dalla banca HSBC di Londra per le imprese che si sono distinte in Europa per eccellenza, buona pratica e innovazione, il Gruppo Loccioni si è aggiudicato il prestigioso Nastro d'Onore (Ruban D'Honneur), per la categoria Corporate Sustainability.

Unica impresa italiana insieme a ENEL a concorrere in questa categoria, il Gruppo Loccioni ha condiviso

questo riconoscimento con imprese del calibro di Electrolux, Osram, Marcator Group, qualificandosi tra le 10 imprese maggiormente attive in Europa sul fronte della sostenibilità.

Il progetto Leaf Community ha affascinato e conquistato i giudici anche nella seconda fase di selezione, non solo per la bontà della buona pratica che rappresenta, ma anche per le potenzialità di business e di coinvolgimento sociale che riesce a generare.



FULVIO UGGERI

Direttore Centro Ricerche Bracco Imaging

Fulvio Uggeri dal 1999 è il Direttore del Centro Ricerche Milano del Gruppo Bracco che insieme ai Centri di Princeton e Ginevra costituiscono la Rete di Ricerca & Sviluppo del gruppo. Il Centro Ricerche di Milano è particolarmente focalizzato sulla ricerca di nuovi mezzi di contrasto per l'imaging diagnostico «in vivo», mediante Raggi X e Risonanza Magnetica. La sua esperienza nella chimica farmaceutica, maturata in Italia e all'estero, ha contribuito alla progettazione e allo sviluppo di molecole originali attualmente utilizzate nella pratica clinica ed ha dato un contributo importante alla realizzazione di altri agenti diagnostici attualmente in fase avanzata di sperimentazione. Il dott. Uggeri, nell'intento di sviluppare maggiori interazioni tra il mondo industriale e la ricerca universitaria, è stato promotore di numerosi progetti congiunti sia nazionali che europei.

È autore di oltre 71 articoli pubblicati sulle più importanti riviste di settore e inventore di oltre 55 applicazioni brevettate.

Nel 2005 è stato insignito del Premio SAPIO per la ricerca e innovazione.



PIERO TOSELLI

CEO Magneti Marelli Powertrain & Electronics

Piero Toselli è nato a Bologna nel 1953 e si è laureato in ingegneria meccanica nel 1977. E' entrato in Magneti Marelli nel 1979. Dal 2010 è Business Line Powertrain & Electronics Chief Executive Officer Magneti Marelli SpA.

Magneti Marelli Powertrain è la business line di Magneti Marelli dedicata alla produzione di componentistica per motori e cambi di automobili, motocicli, e veicoli leggeri. 970 ML/euro di fatturato, 2 Centri di Ricerca e Sviluppo, 7 Centri di Ricerca Applicativa e 13 stabilimenti di produzione situati in 4 continenti, sono i numeri significativi 2010 di questa unità di business.

Il "quartier generale" della Linea di Business Powertrain è situato a Bologna, nella sede storica di via del Timavo, dove già dal 1920 era iniziata la produzione di carburatori Weber. Qui ha sede il principale centro di ricerca e sviluppo.

I Centri di Ricerca e Sviluppo, i Centri di Ricerca Applicativa e gli stabilimenti di produzione sono situati nei quattro continenti: in Europa (Francia, Italia, Germania e Slovacchia), negli Usa (Auburn Hills e Sanford), in Brasile (Hortolandia), in India (Manesar e Pune) e in Cina (Shanghai, Wuhu e Guangzhou).



Lean Summit story: tante storie di successo

LEAN SUMMIT 2003: Il debutto

Nel maggio 2003 il primo Lean Summit voleva essere l'occasione per definire "lo stato dell'arte in Italia" questo l'obiettivo della convention. E' diventata l'occasione per stabilire che Bonfiglioli Consulting stava "facendo scuola" e che i casi di successo raccontati da Federico Minoli (allora Ad di Ducati Motor Holding), Franco Bianchi (Haworth), da Silvano Mazzolini (allora in Arcotronics) e da altri manager erano la "strada possibile" per tagliare costi e sprechi anche nelle aziende italiane. Alla prima edizione del Lean Summit partecipò anche Innocenzo Cipolletta (ora presidente delle Ferrovie dello Stato) e convinto sostenitore della tesi del "non declino" del sistema industriale italiano che si stava trasformando ma "senza perdere le radici e l'identità".



LEAN SUMMIT 2005: Guardare Oltre

Nel maggio del 2005 era già tempo di "Guardare Oltre" i risultati ottenuti nelle imprese manifatturiere e nei reparti di produzione. Il lean thinking alla maniera italiana grazie al team di Romano Bonfiglioli stava entrando nelle aree aziendali legate alla progettazione. Il "lean Bonfiglioli" aveva già trovato le prime applicazioni all'estero e anche il mondo dei servizi e della Pubblica Amministrazione si stava avvicinando al "pensare snello" per migliorare efficienza e competitività. Alla seconda edizione hanno partecipato Marco Casiraghi amministratore delegato GD di Bologna, Patrizia Mustorgi, responsabile lean manufacturing Iveco di Torino, Giuliano Spaggiari, allora vice presidente Snap On Europe di Correggio (ora è in Comer Industries), Silvano Mazzolini, presidente Arcotronics Nissei Group di Sasso Marconi (Bo), Alessandro Montalto della BBS Riva di Ferrara, Giorgio Merli di IBM Business Consulting Service.



LEAN SUMMIT 2007: Per "volare oltre"

Era un appuntamento speciale: il decennale del Lean Thinking "alla maniera italiana che Romano Bonfiglioli ha costruito e migliorato fino a farlo diventare un modello di riferimento per numero dei casi di successo, per la qualità dei risultati "taglia sprechi" ottenuti e per la grande concretezza che caratterizza le azioni del team Bonfiglioli Consulting. Di competitività e nuove sfide al Lean Summit 2007 hanno parlato oltre a Matteo, Romano e Michele Bonfiglioli anche Alberto Blanda (responsabile risorse umane Daimler Chrysler Italia Holding), Anna Maria Artoni (con una videointervista), presidente di Confindustria Emilia Romagna. Di grande interesse, anche al terzo Lean Summit, si sono rivelate le testimonianze aziendali: Angelantoni di Perugia, Farid Industrie di Torino, FiniFast di Modena, ACT Group di Pesaro, Bianchi Vending Group di Bergamo e Gnutti Carlo di Brescia. Il terzo Lean Summit ha portato a Palazzo Arzaga un centinaio di manager e imprenditori che hanno "promosso" l'evento di aggiornamento "A pieni voti". Nel programma del Lean Summit infatti 2007 erano inseriti sei nuovi casi di successo ma anche le analisi di scenario e il team Bonfiglioli Consulting ha deciso di "Guardare Oltre", ancora una volta, (come nel 2003 e nel 2005) invitando il comandante delle Freccetricolori Massimo Tammaro che l'eccellenza la misura ogni giorno quando i jet della pattuglia acrobatica italiana decollano. E' anche quella una sfida continua al miglioramento per VOLARE OLTRE.





LEAN SUMMIT 2009: “il cambiamento sostenibile”

Accelerare l'uscita dalla crisi è possibile se le imprese scelgono la strada del “cambiamento sostenibile”. Se investono per rendere durature le riduzioni di costi e gli aumenti di competitività che si possono ottenere introducendo nuovi stili gestionali basati sul Lean Thinking. E' questo il messaggio che esce dal Lean Summit 2009 che a metà maggio ha portato al Kilometro Rosso, il Parco scientifico tecnologico di Bergamo, tantissimi imprenditori e manager che hanno “toccato con mano” i risultati ottenuti in molte aziende italiane dal team Bonfiglioli Consulting di Bologna. Romano Bonfiglioli da oltre 35 anni promuove il “cambiamento mirato alla competitività” nelle imprese italiane e ogni due anni propone i nuovi scenari. La quarta edizione del Lean Summit ha sottolineato la dimensione globale della crisi e insieme la convinzione che le ricette per uscirne stanno prendendo forma per le imprese che “non si arrendono e non bloccano i piani di sviluppo”. Come stanno facendo, e lo hanno spiegato al Lean Summit 4 le storie aziendali di successo Videotec, Brovedani Group e Rolfo.



OPERATIONAL EXCELLENCE Award 1: il premio alla Technogym

E' la Technogym di Cesena la prima azienda italiana premiata con l'OPERATIONAL EXCELLENCE Award. Il riconoscimento è frutto di una analisi comparata tra aziende italiane e tedesche realizzata da Bonfiglioli Consulting in partnership con il network mondiale Highland Worldwide.



“Abbiamo messo a confronto i parametri che definiscono la competitività e quindi l'eccellenza – ha spiegato all'Università LIUC di Castellanza dove si è svolta la premiazione Matteo Bonfiglioli, – e siamo convinti che le aziende italiane non hanno nulla da invidiare ai competitor tedeschi ma servono azioni concrete e mirate al miglioramento su tre aree: Operations, Innovazione e Sostenibilità (non solo ambientale). Solo così investendo in

un cambiamento che porta risultati concreti tagliando sprechi e costi, si potrà navigare nel nuovo mercato mondiale”. Le quattro aziende finaliste selezionate dalla giuria del primo OPERATIONAL EXCELLENCE Award erano la Cefla Anthos di Imola (BO), la multinazionale danese Vestas Nacelles (TA), la Biffi Italia di Fiorenzuola d'Arda (PC) e la Technogym di Cesena (FC).

COME ERAVAMO: I RISULTATI DEL 1° RAPPORTO OPERATIONAL EXCELLENCE

In attesa dei nuovi dati del secondo rapporto OPERATIONAL EXCELLENCE che saranno illustrati nel dettaglio il 6 maggio a Milano nel corso dell'Operational Excellence Summit 2011 ecco un sintesi dei risultati della prima edizione dello studio comparato Italia-Germania.

Il primo rapporto OPERATIONAL EXCELLENCE 2010 elaborato dal Centro Studi Bonfiglioli Consulting, con la collaborazione di Horvath&Partners, evidenzia alcuni dati: le aziende tedesche sono più strutturate nei processi, più chiare nell'uso degli indicatori e più orientate alla qualità. Quelle italiane sono meno strutturate e più orientate al servizio al cliente. Tra i “mali comuni” spiccano i costi di produzione che sono giudicati troppo alti da entrambi. Inadeguata

alle sfide globali, sia in Italia che in Germania, risulta la politica del sistema incentivante a livello individuale per promuovere azioni di miglioramento. Emerge con chiarezza una carenza nel sistema di sviluppo dei nuovi prodotti che è ancora troppo poco trasversale rispetto alle funzioni e che genera ritardi e modifiche continue. Le imprese tedesche, in sintesi, escono dal benchmarking study “OPERATIONAL EXCELLENCE” su posizioni allineate in molti

punti chiave con quelle italiane, ma emergono: “per una maggiore propensione alla qualità che in Italia è molto più proclamata che realmente praticata” ha concluso Michele Bonfiglioli: “Ci sembra di poter concludere che, per migliorare, in Italia le aziende dovrebbero investire in qualità, sviluppo e innovazione di prodotto in modo più diffuso tra le varie funzioni aziendali e più in generale in azioni di miglioramento strutturato”.

Lean Thinking

L'UFFICIO TECNICO ... PENSA LEAN

-20

-40

IL SALTO DI
QUALITÀ



ANCHE IN VERSIONE

E-book

www.francoangeli.it



RISULTATI DI VALORE

Per innovare la progettazione e diventare più competitivi bisogna "Pensare snello" anche in ufficio tecnico! "Possiamo ridurre costi e tempi del 20% o anche del 40% migliorando la produttività dei progettisti grazie al Lean Thinking, se dai reparti produttivi entra anche nell'ufficio tecnico".

Bonfiglioli Consulting, il N°1 del Lean Thinking in Italia, ha raccolto 5 casi di successo nel volume

"IL LEAN THINKING DALLA PRODUZIONE ALLA PROGETTAZIONE"

VALORE: Le aziende che ricercano la qualità sono più sostenibili e responsabili

Essere un'azienda che investe di più per garantire una maggiore qualità e valore ai propri prodotti e servizi non comporta una penalizzazione della proprietà rispetto alle aziende che puntano prevalentemente sul contenimento dei costi e dunque sul prezzo. Il maggior sforzo profuso permette invece di generare un valore più ampio per tutte le componenti del soggetto economico aziendale in senso ampio (gli stakeholder), garantendo una maggiore sostenibilità e ponendo le basi per una maggior solidità nel medio-lungo termine. Ad illustrarlo è uno studio sulle aziende europee condotto dal CReSV Bocconi, Centro di ricerche su Sostenibilità e valore, in collaborazione con Fondazione Ernesto Illy e Centromarca, Associazione italiana dell'Industria di Marca, proseguimento di una ricerca condotta lo scorso anno, che ha messo in luce come le aziende orientate alla qualità e al valore siano più attente alle esigenze della Società in senso ampio. "I nostri risultati ci dimostrano infatti che le aziende che concentrano la strategia sull'investimento di lungo periodo e dunque su qualità e valore (value) generano mediamente un rapporto tra EBITDA su fatturato di poco inferiore al 16%, contro il 13% generato dalle aziende orientate prevalentemente al contenimento dei costi e alla salvaguardia dei risultati economici di più breve periodo (cost)", spiega Maurizio Dallocchio, Nomura Chair of Corporate Finance alla Bocconi e coordinatore scientifico della ricerca. "Tuttavia, analisi più rigorose ci inducono a affermare che non è corretto sostenere una prevalenza in termini inequivocabili delle aziende "value" rispetto alle "cost" nella capacità di generazione di valore per gli azionisti (lo "shareholder value")". Per quanto riguarda le risorse umane, dai dati emerge che in generale le aziende "value" qualificano maggiormente il proprio personale, con programmi di training e specializzazione, e hanno un costo medio per dipendente più consistente. Sul fronte delle relazioni con i soci e la comunità finanziaria, la comunicazione è più intensa tra le aziende "value". Una loro maggiore trasparenza è anche indicata dal fatto che, per esempio, la totalità delle aziende del comparto accessori e il 71% nella distribuzione (contro lo 0% e 28% di quelle "cost") hanno ricevuto un giudizio di rating di credito, sistema di valutazione su base volontaria. Infine, anche l'attenzione per l'ambiente è un fronte sul quale si distinguono le aziende "value". Una specifica strategia ambientale è, per esempio, formulata dal 55% delle aziende alimentari che puntano alla qualità, contro il solo 5% delle "cost", e dall'84% delle aziende "value" della grande distribuzione, contro il 27% di quelle "cost".

ASPIRAZIONI: I neolaureati sognano un posto alla Barilla

I neolaureati? Sognano un posto alla Barilla. E lo preferiscono a colossi mondiali come Apple e Google, alle più tradizionali banche (Unicredit) e ad altri gruppi alimentari come Ferrero. Il responso lo fornisce un'indagine - l'Employer of Choice Survey 2010 - promossa da Emblema su un campione molto ampio di laureati e laureandi (12.351 per l'esattezza) di 73 atenei italiani contattati durante la terza edizione della Virtual Fair; il career day on line che si è svolto a fine 2010. Le motivazioni che spingono alla scelta di un'azienda non sembrano lasciare dubbi: «Sull'onda dell'incertezza che la crisi porta nel mondo del lavoro e spinti forse dal terrore della precarietà - spiega Emblema - ai primi posti troviamo la possibilità di crescere, imparare e seguire uno sviluppo professionale soddisfacente». I giovani laureati cercano dunque «un'azienda solida e in continuo sviluppo che permetta a chi ne fa parte di crescere professionalmente, seguire percorsi formativi e cogliere opportunità internazionali». I risultati dell'indagine premiano dunque le grandi aziende che sono in grado di contare su brand molto forti. Gli elementi indicati come maggiormente utili per trovare un lavoro soddisfacente sono le conoscenze linguistiche, informatiche e le esperienze maturate nei periodi di stage, preferibilmente all'estero. Se Barilla e Ferrero segnano la vittoria dell'industria familiare di stampo tradizionale, anche il lavoro in banca resta uno dei più desiderati nelle aspirazioni dei più giovani come dimostrano il quarto posto di Unicredit e il settimo posto di Intesa Sanpaolo. Nel settore della grande distribuzione si confermano ai primi posti Ikea, Decathlon e Mediaworld; nell'ambito industriale-manifatturiero primeggiano Ferrari e Ducati.

UNIONE EUROPEA: Erasmus per Giovani Imprenditori 2011

Apprendere all'estero, effettuare un'esperienza in un'impresa di un altro Paese europeo per aumentare la propria capacità di "creare e guidare un'azienda". Queste le opportunità offerte da "Erasmus for young entrepreneurs", il progetto varato e finanziato dall'Unione Europea con l'obiettivo di replicare il successo ottenuto dall'analogo programma per studenti universitari. L'"Erasmus per i giovani imprenditori", avviato nel 2009, prevede uno scambio di esperienze, formazione professionale e creazione di reti per giovani imprenditori dell'Unione europea che potranno trascorrere un periodo presso imprenditori più esperti di altri Stati membri con la possibilità di acquisire competenze nella gestione di una pmi e migliorare le proprie capacità. Dato il successo ottenuto, con oltre 1300 domande di aspiranti imprenditori che sono state approvate, il programma è stato esteso fino a giugno 2011: la Commissione europea ha infatti valutato positivamente i risultati ottenuti nel corso delle prime due fasi, e intende presentare, entro fine dell'anno, una proposta per dotarlo di una base giuridica permanente, con l'aumento del budget complessivo e la creazione di un partenariato-quadro per la gestione dei finanziamenti.



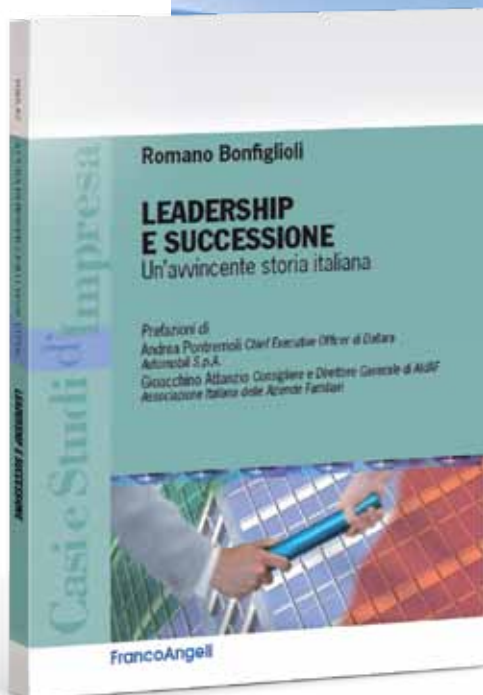
NEWS



Maurizio Dallocchio

Nomura
Chair of Corporate
Finance alla Bocconi





IL 2011 si apre con “Leadership e successione”

E' tutto pronto.

A fine marzo la casa editrice Franco Angeli nella collana “Casi e Studi d'impresa” pubblicherà una nuova edizione aggiornata e ampliata dell'ultimo libro di Romano Bonfiglioli. Il titolo è “Leadership e successione” Un'avvincente storia italiana

Il nuovo volume riprende integralmente i temi del libro “leadership e dintorni una storia italiana” che aveva il focus sulla leadership e sulla creazione-sviluppo dell'impresa.

Come scrive Andrea Pontremoli (Ceo Dallara Automobili) nella prefazione a questa sezione del volume: questo libro ci riporta anche a considerazioni sui valori che troppo spesso dimentichiamo, ma che in realtà sono l'anima di un'azienda. Un'azienda in pratica è la sua reputazione (lezione di un mio grande capo) e non si mantiene una reputazione nel tempo se non si hanno valori di base forti e condivisi; solo così si può pensare di superare le crisi e di prendere le decisioni giuste nei momenti di successo, e questo vale sia nel lavoro che nella vita.

Nella seconda parte il focus invece è sulla successione, sul passaggio generazionale.

La prefazione di questo “nuovo libro nel libro” che ha impegnato Romano Bonfiglioli nell'analisi del passaggio generazionale (anche quello dell'azienda da lui creata) è curata da Gioacchino Attanzio direttore generale dell'Aidaf,

l'associazione italiana delle aziende familiari.

Scrivendo Attanzio: “si capisce che Romano Bonfiglioli avvertiva il bisogno di un ulteriore approfondimento sul tema del passaggio generazionale. Vi si dedica con il consueto impegno dimostrando come la qualità dei figli dipenda sì dalla qualità dei padri ma sopra tutto dalla capacità dei maestri che devono saper insegnare le tecniche ma devono anche saper infondere entusiasmo e trasmettere la passione per il proprio lavoro e la voglia di impegnarsi.

Di suo pugno Romano Bonfiglioli ha scritto il resto e chiarisce subito che la successione E' UN PROBLEMA.

Il problema della successione, se proprio non lo si vuole considerare parte della leadership, rientra sicuramente nei dintorni per svariati motivi. Innanzi tutto è bene precisare subito che la successione non è un evento ma un processo e che la gestione di questo processo richiede spiccate qualità di leadership e di delega, altra caratteristica dei leader che abbiamo ampiamente trattato nelle riflessioni del capitolo precedente. In secondo luogo perché il passaggio generazionale



causa difficoltà a moltissime imprese. Come risulta da una ricerca della SDA Bocconi di qualche anno fa, il passaggio generazionale delle aziende è un momento traumatico che mette a rischio 65.000 posti di lavoro con la possibilità che circa 20.000 imprese vengano indotte alla chiusura o siano cedute. Inoltre il 43% degli imprenditori ha oggi più di 60 anni. Se si ipotizza che il 2% degli imprenditori affronti annualmente processi di passaggio generazionale è possibile pensare al coinvolgimento annuale di 66.000 imprese familiari con circa 220.000 dipendenti. Poiché si stima (statistiche UE) che il 30% delle aziende familiari non supererà il processo di successione, applicando

queste indicazioni alle realtà italiane, si può ritenere che 20.000 imprese ogni anno saranno indotte alla chiusura o alla cessione dai processi di successione. Ogni anno di conseguenza, i posti di lavoro a rischio potrebbero essere 65.000. Come si vede da questi dati il problema del passaggio generazionale nelle PMI è notevole e non va sottovalutato. Completano la nuova edizione tre interviste a imprenditori che hanno completato il passaggio generazionale con successo curate dal giornalista Stefano Catellani. Sfatiamo un luogo comune: tre storie di successione riuscite. Le storie sono quelle di Marco e Alberto Vacchi della IMA di Bologna, della famiglia Fava di Cento

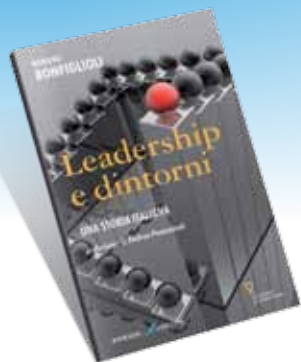
che ha costruito una lunga storia di successo (alla Fava e alla Baltur) basata su passaggi del testimone azzeccati e su quella di Massimo e Fabio Generali (la FAR di Bologna).

Chiude il volume una riflessione su Bonfiglioli Consulting perché ora al Timone c'è la seconda generazione con Matteo Bonfiglioli presidente e Michele Bonfiglioli Amministratore delegato.

Sono già in programma presentazioni del nuovo volume sia in Emilia che su scala nazionale. Le troverete sempre navigando nel sito internet www.bcssoa.it

L'uscita nelle librerie di tutta Italia è prevista per il 18 marzo.

Il tour 2010 con "leadership e dintorni"



Quando un libro come "Leadership e dintorni" continua nel tempo a trovare consensi e sollecita interessi in gruppi e associazioni che invitano l'autore, Romano Bonfiglioli, che nel frattempo ha completato il passaggio generazionale nella sua impresa significa che in quelle pagine c'è una testimonianza di valore che ogni volta affascina e convince.

Tra le presentazioni, tante, che Romano Bonfiglioli ha condotto nel corso dell'ultima parte del 2010 spicca certamente quella al Rotary Club di Bologna Galvani. Il presidente Alessandro Alboni ha accolto



Romano Bonfiglioli e i suoi racconti con grande passione all'hotel Unaway a fine gennaio.

E' stata una serata ricca e vivace. L'ultima di una serie iniziata il 18 maggio 2009 e che in quasi 2 anni ha toccato tante città italiane (11 in tutto). Tra le presentazioni 2010-2011 sono da segnalare quella in collaborazione con CISITA Parma alla Pinacoteca Stuard, con AIDAF presso la sede di Milano di Intesa SanPaolo, con C.I.S. Formazione presso Industriali Reggio Emilia, presso Unindustria Ferrara, con ASSORES presso la Casa della Cultura a Milano, alla Libreria FELTRINELLI di Modena, con SOGEA presso UNINDUSTRIA Genova, AZUR – Evento LOPPIANOLAB - Firenze, alla FAMIGLIA CENTESE e infine al ROTARY CLUB BOLOGNA GALVANI.



Bonfiglioli Consulting ha partecipato al premio “Di padre in Figlio”

Il passaggio generazionale realizzato in Bonfiglioli Consulting ha partecipato al premio “Di padre in figlio – il gusto di fare impresa”. Ha ricevuto un invito speciale alla fase finale per la specificità del settore (la consulenza) e per le modalità operative scelte. Il premio raccoglie storie come quella di Bonfiglioli Consulting “vuole essere uno sguardo sul futuro dell'impresa italiana e su coloro che, con coraggio ed entusiasmo, sapranno traghettare la nostra economia e le nostre imprese fuori dalla crisi, affrontando anche la delicata fase del passaggio generazionale”.

E' un passo fondamentale nella vita di quelle imprese, il cui know-how, nel 90% dei casi, risiede esclusivamente nella figura dell'imprenditore-fondatore. Nel sistema imprenditoriale italiano tale problema è ancora più importante dal momento che il 90% delle imprese italiane sono a conduzione familiare, il 43% degli imprenditori ha un'età superiore ai 60 anni ed ogni anno sono 66 mila gli imprenditori coinvolti nel passaggio generazionale. Meno di un terzo delle imprese familiari sopravvive al ricambio generazionale e solamente il 15% riesce a superare la seconda generazione.

Per individuare e dare il giusto risalto ai casi virtuosi di “chi ce l'ha fatta”, Iperion Corporate Finance ha dato vita alla terza edizione del premio “Di padre in Figlio – il gusto di fare impresa”. Il premio è stato vinto per il 2010 da Valeria Presezzi dell'azienda Bruno Presezzi spa di Burago di Molgora in Brianza, società fondata nel 1954 e attiva nel comparto delle lavorazioni e delle costruzioni meccaniche mentre nel 2009 il riconoscimento era andato alla Zucchetti mentre nella prima edizione è stato assegnato alla mantovana Trerè guidata da Marco Rendini.



CRESCITA: Quattro italiane per Europe's 500

Brillano anche quattro aziende italiane tra le 500 che hanno creato più nuovi posti di lavoro nel 2010 e che sono state premiate all'inizio di febbraio nella sede del Parlamento europeo a Bruxelles. Seguendo il criterio del Birch Index (indicatore creato dall'economista del Mit David Birch per misurare il tasso di crescita relativo), la società che ha creato più lavoro in Europa è stato il britannico Mears Group plc, società dell'imprenditore Bob Holt specializzata nella manutenzione e nella riqualificazione edilizia, con alta vocazione sociale. Le aziende italiane premiate sono state la Italtbs Telematic & Biomedical Services spa di Diego Bravar con sede a Trieste che si è classificata al ventottesimo posto. L'azienda si occupa di biotecnologia e di strumentazioni mediche. La seconda società è la Formula Servizi cooperativa di Forlì guidata da Cristina Marzocchi, piazzatasi al 38° posto. Opera in diversi segmenti dai servizi integrati di igiene e sanificazione alla logistica industriale e sanitaria, alla gestione mense e servizi assistenziali, sanitari, educativi. Segue la Cir Food Spa di Reggio Emilia gestita da Ivan Lusetti. In questo caso il posto ottenuto è il 42°, mentre il comparto in cui opera è la ristorazione. L'azienda infatti è proprietaria dei marchi Pastarito e Pizzarito. La quarta azienda premiata è e la "Comoli Ferrari & C." spa con sede a Novara e guidata da Gianpaolo Ferrari (46/a) che si occupa di distribuzione di materiale elettrico, articoli per automazione, sicurezza, illuminazione e conduttori. Fondata nel 1996 Europe's 500, si legge sull'home page del sito www.europes500.eu «vuole contribuire alla creazione di un ambiente più favorevole allo spirito imprenditoriale attraverso lo sviluppo di iniziative a favore della crescita».



INNOVAZIONE: "INTESA SANPAOLO START-UP INITIATIVE" DEDICATA ALL'INNOVAZIONE SOCIALE

Dopo il successo delle precedenti edizioni della "Intesa Sanpaolo Start-Up Initiative" - ideata e promossa dalla Divisione Corporate e Investment Banking e dal suo Team Innovazione - Intesa Sanpaolo ha riaperto le porte della prima piattaforma italiana dedicata alle Start-Up e ai loro investitori di riferimento.

Questa edizione ha coinciso con l'Italian Round della Global Social Venture Competition (GSVC), il Premio internazionale dell'Università di Berkeley che intende favorire e far conoscere nuove imprese a forte rilevanza sociale (social venture). In Italia capofila del concorso è l'Alta Scuola Impresa e Società (Altis) dell'Università Cattolica del Sacro Cuore, partner dell'iniziativa dal 2008, che quest'anno ha avuto tra i suoi partner, oltre a Intesa Sanpaolo, l'Associazione San Michele Valore Impresa. A questo appuntamento, conclusosi a fine gennaio a Milano hanno preso parte 11 Start-Up, individuate grazie a una selezione che ha interessato 42 realtà di questo tipo, anche internazionali, che hanno percorso il programma del premio. Ecco i vincitori dell'Italian GSVC, che avranno accesso al master Pmi di Altis: al primo posto si è classificato RobyWheelChair; al secondo posto Ecclesial movies e al terzo Dolceincarcere. I progetti partecipanti alla fase conclusiva prenderanno parte alla GSVC europea in primavera e, se selezionati, otterranno l'accesso alla finale di aprile a Berkeley.

"La forza di un paese sta nel trovare attori che aiutino a crescere sempre più le iniziative a alto contenuto d'innovazione - ha spiegato Gaetano Micciché, direttore generale e responsabile Divisione Corporate e Investment Banking di Intesa Sanpaolo e CEO di Banca IMI - e per questo motivo una Banca come la nostra si è impegnata a favorire lo sviluppo delle start up. E' un dovere che sentiamo molto forte quello di mettere in campo energie e professionalità per selezionare nuove realtà imprenditoriali caratterizzate da progetti innovativi, prepararle a "comunicare" con il mercato, metterle in contatto con possibili partner o investitori. Selezione, formazione e comunicazione rappresentano tre momenti necessari al successo di una start-up, tre passaggi obbligatori per ambire a scoprire le Apple, le Google e le Nokia di domani"



Gaetano Micciché

Direttore generale e responsabile Divisione Corporate e Investment Banking di Intesa Sanpaolo

Highland Worldwide core value is to work globally but act locally with over 2200 dedicated consultants worldwide

Highland Worldwide: un video per capire il mondo

Volete capire, in pochi minuti, cosa significa pensare globalmente e lavorare localmente nel mondo della consulenza?



Highland

WORLDWIDE

Facilissimo basta cliccare su YouTube (www.youtube.com) e cercare HighlandWorldWorldwide (<http://www.youtube.com/watch?v=D8V8fk1B6ZI>) oppure seguire il link nel portale di Bonfiglioli Consulting www.bcsoa.it nel menù in alto cliccando sul logo Highland Worldwide.

Tra i protagonisti del video Michele Bonfiglioli (Bonfiglioli Consulting) insieme a Troy Gautier (Highland Worldwide), Kirk Hancock (North Highland), Bernd Gaiser (Horvath&Partners), Paramjit Uppal (Quedis), Carol Lemmens (Twynstra Gudde), Patrick Leluc (Oresys), Brad Miller (The Litmus Group), Nicolas Garin (Oresys).

Dal primo gennaio 2008 Bonfiglioli Consulting è entrata a far parte del network internazionale di società di consulenza Highland Worldwide, un'alleanza strategica internazionale tra società di consulenza indipendenti, fortemente radicate nel paese di origine, per unire eccellenze consolidate





*Over 500 million \$ of
revenues generated by 8
independent companies
committed to a long lasting
partnership*



nel mondo della consulenza per le imprese attraverso accordi strategici e commerciali.

E' un'alleanza fortemente locale, ma aperta alla visione globale delle relazioni e delle tecniche di consulenza. In continua evoluzione, é attualmente presente in 14 Paesi con 45 sedi operative, 8 società di consulenza con un fatturato aggregato di \$550 ML e più di 2.200 consulenti divisi in 12 centre of excellence (Financial Services, Life Sciences, Energy & Utilities, Consumer Packaged Goods & Retail, Automotive & Industrial Goods, Travel & Transportation, Public Services, Media, Telecom & Entertainment, Information Technology, Strategy Execution & Innovation, Change Management & Human Capital, Business Intelligence).





HIGHLAND WORLDWIDE: tante “Belles Histoires” tutte vincenti

La nuova linea di comunicazione lanciata da Highland Worldwide oltre al portale internet www.highlandworldwide.com e al video “di gruppo” si basa anche su una serie di case history di successo.



La raccolta di case studies è stata intitolata “Belles Histoires” per evidenziare i risultati ottenuti dal team di consulenti Highland Worldwide nelle aziende di tutto il mondo. Tra le storie di successo sono state inserite quelle di Snap On, Ducati e Thales Space che hanno avuto come protagonista, in fasi diverse, il team Bonfiglioli Consulting.

Le “Belles Histoires”, le belle storie, sono un campione di progetti interessanti e di successo che il team di Highland Worldwide ha completato in tutto il mondo. Questi case history riflettono la capacità delle società di consulenza che formano il network Highland Worldwide di lavorare insieme unendo molteplici culture e mantenendo ognuna la sua autonomia.

Sono storie di successo realizzate in aree geografiche molto diverse a dimostrazione della

grande capacità di adattamento della visione globale di Highland Worldwide alle casistiche locali che porta le aziende a raggiungere risultati eccezionali. Le schede analitiche che compongono la galleria “Belles Histoires”, coprono tutti i settori e le aree funzionali.

Forniscono una rappresentazione reale e dettagliata di cosa vuol dire per manager “trusted advisor” per qualunque servizio di consulenza in tutto il mondo.



Workshop / Bonfiglioli Consulting



SAPI:

ecco le nuove frontiere del manufacturing

L'approccio WCM come evoluzione dei concetti Lean.

A fine febbraio nella sede di Bonfiglioli Consulting è iniziato un ciclo di workshop che toccherà diverse città italiane centrato sul SAPI.

E' un progetto innovativo avviato dal team Bonfiglioli Consulting che si ispira ai principi del WCM (World Class Manufacturing), metodologia utilizzata dalle più importanti aziende manifatturiere, con risultati globali di riduzione costi del manufacturing fino al 50-60%.

Diventare un produttore "World Class" non è una prerogativa solo delle grandissime aziende.

Secondo le analisi e le esperienze condotte nelle PMI, le piccole e medie industrie, è un obiettivo che può essere raggiunto impostando le linee guida SAPI: Sistema avanzato di un processo produttivo integrato.

Al meeting bolognese su SAPI hanno partecipato diverse aziende e non solo emiliane.

Essere World Class è un impegno strategico: richiede una chiara visione del futuro ed un impegno costante nella Completa Adozione e nel Rispetto dei Principi del World Class Manufacturing, con una prospettiva orientata al Cliente. Il WCM parte infatti dal Valore per il Cliente, che oggi è la Qualità percepita, la Flessibilità sui volumi, la Competitività dei Prezzi, l'Affidabilità della consegna. Il WCM crea le capacità produttive e sviluppa le risorse necessarie a soddisfare tali bisogni, e questo richiede una Leadership direzionale decisa, innovativa ed aggressiva.

Il percorso verso il World Class prevede un'evoluzione delle tecniche che l'impresa utilizza per migliorare le proprie prestazioni: l'impresa passa da Reattiva a Preventiva fino a diventare Proattiva, livello in cui le perdite e gli sprechi vengono individuati e risolti prima che causino extracosti.

Il progetto SAPI è da intendere come un'estensione del Lean Thinking e del TPS (Toyota Production System), con l'integrazione di nuovi concetti fondamentali quali: Sicurezza, Ambiente, Logistica rivolta alle necessità del Cliente, Controllo Totale della Qualità dei prodotti, Sviluppo delle Risorse Umane.

Una delle principali limitazioni del TPS e dei suoi strumenti tipici (TIE, TQC, TPM, JIT), è la mancanza di un collegamento diretto e interconnesso fra le varie attività di miglioramento ed i loro benefici in termini economici (riduzione costi).

Il SAPI supera questo limite applicando l'innovativa metodologia del Cost Deployment, che consente di valorizzare tutte le perdite e gli sprechi in modo sistematico e dettagliato fino alla singola operazione e rende possibile il controllo della relazione tra i fattori di costo ed i processi di miglioramento.



Il team di sviluppo del progetto SAPI di Bonfiglioli Consulting

Una volta identificate e valorizzate le perdite, esse sono priorizzate ed attaccate mediante un approccio standard che sviluppa il cammino verso l'eccellenza, accumulando gradualmente l'esperienza con l'approccio dei 7 Passi, avvicinandosi sempre più alla condizione di ZERO SPRECHI, ZERO DIFETTI, ZERO GUASTI, ZERO SCORTE.

I numerosi tools impiegati (circa 120), hanno in comune il focus sul miglioramento continuo e sul training delle persone. Altre importanti novità di questo progetto sono infatti la partecipazione indispensabile delle Risorse Umane (HR) come partner del business e l'integrazione nel progetto delle aziende alle quali si subappaltano le attività di service e successivamente del parco Fornitori.

Consulta la pagina di aggiornamento

I WORKSHOP su www.bcscoa.it

Highland International ha riunito a Bologna in ottobre il pool di esperti che si occupa di mobilità a 360°

Travel & Transport International Summit Meeting



La globalizzazione ha radicalmente trasformato il settore dei viaggi e dei trasporti. Le alleanze tra aeroporti e compagnie aeree sono state la prima risposta, ma come dimostra il settore ferroviario anche in Europa le 'grandi manovre' sono appena iniziate.

La competitività e l'efficacia operativa sono parole chiave anche nel settore Travel & Transport e per analizzare nuovi scenari, gli esperti di Highland Worldwide che si occupano di questo settore altamente strategico si sono riuniti nella sede bolognese di Bonfiglioli Consulting.

Non è la prima volta che Bologna viene scelta come sede di un "summit meeting internazionale di aggiornamento".

Accolti da Michele Bonfiglioli e Giovanni Mandelli i partner di Highland Worldwide hanno analizzato in due giornate di lavoro full immersion tutti i temi 'caldi' partendo dal settore ferroviario dove stanno muovendo le pedine player come Trenitalia e Deutsche Bahn, ma anche i francesi di RATP e la East Coast Railway. Nel settore del trasporto aereo il focus si è spostato su Lufthansa, Iberia e sul settore del trasporto aereo delle merci, i cargo. Nella seconda giornata del summit il tema centrale è stato porti e aeroporti che, come dimostrano le esperienze di Singapore, Rotterdam e Abu Dhabi sono chiamati a realizzare profondi cambiamenti anche dal punto di vista gestionale se vogliono rimanere competitivi.

In questo contesto si inserisce il lavoro di sensibilizzazione avviato dal team Bonfiglioli Consulting con la Sab, la società di gestione dell'aeroporto "Marconi" di Bologna. Nel comparto aereo si stima un raddoppio del

traffico entro il 2030 e sono attesi profondi mutamenti in termini di modello di business, di comportamenti e aspettative da parte degli utenti finali, in questo caso dei passeggeri in transito negli aeroporti.

Varie tipologie di aeroporto si stanno sempre più definendo: aeroporti specializzati in voli low cost (ad esempio in Italia, Bergamo o in Gran Bretagna London Stansted), i grandi hub (come Parigi e Francoforte), dove gli aspetti di intrattenimento o shopping stanno acquistando sempre più spazio ma crescono anche gli aeroporti focalizzati in voli nazionali o regionali. Gli aeroporti si stanno trasformando da aziende pubbliche per la gestione di infrastrutture pubbliche in private aziende erogatrici di una grande varietà di servizi.

In questo nuovo scenario competitivo gli aeroporti devono essere in grado di attrarre investimenti privati e non contare solo su finanziamenti pubblici per poter crescere e competere in futuro allargando e migliorando i servizi offerti: dall'entertainment ai servizi di security e handling (check in, ...).

Per analizzare questo settore e le differenti esperienze sono state presentati e discussi due case study significativi: l'Aeroporto di Abu Dhabi negli Emirati Arabi e l'Aeroporto di Bologna grazie all'intervento di Armando Brunini (General Manager Aeroporto di Bologna).



IL PIANO INDUSTRIALE 2008-2012 fissa tre obiettivi:

- *sviluppo del traffico nel rispetto della sostenibilità ambientale e con attenzione alla qualità del servizio*
- *produzione di ricchezza per il territorio e per il sistema imprese*
- *creazione di valore per gli azionisti*

Il “Marconi” UNA STORIA CHE VOLA ALTO



L'Aeroporto di Bologna per molti anni è stato essenzialmente un aeroporto di tipo business e rischiava di perdere posizioni nel ranking nazionale a causa del mutato quadro competitivo. Ha scelto di “cambiare pelle” per affrontare il nuovo scenario competitivo. Questa scelta ha portato ad un ripensamento dell'intera strategia per poter rilanciare la struttura e sfruttare pienamente la posizione geografica strategica, nel cuore del centro economico del

paese, la forte caratterizzazione imprenditoriale dell'area, evidenziata dalla presenza sul proprio territorio di numerosi distretti industriali di importanza internazionale, ma anche le forti competenze e motivazioni delle risorse umane presenti. Alcune delle azioni intraprese: significativi accordi commerciali con compagnie aeree low cost (fondamentale è stato l'accordo raggiunto con Ryan Air) per lanciare il segmento low cost, ma parallelamente consolidare il segmento business, una più efficiente gestione corrente per migliorare la redditività operativa e importanti investimenti nella crescita delle persone (sono stati duplicati gli investimenti

nelle risorse umane dal 2007) e nei sistemi di incentivazione interni. I risultati ottenuti in 3 anni sono stati sorprendenti:

- crescita della quota di mercato dal 19 al 23% contro una decrescita di circa 2,3% nel traffico aereo su scala nazionale,
- +13,3% nei passeggeri (pari ad un incremento di circa +560 mila passeggeri. Attualmente transitano circa 5,2 milioni di passeggeri in un anno con un obiettivo in tre anni di raggiungere i 10 milioni.
- Aumento dei ricavi di circa 8 volte in tre anni.



Al Marconi nel 2010 oltre 5 milioni di passeggeri

L'Aeroporto di Bologna ha chiuso il 2010 con 5,5 milioni di passeggeri (per l'esattezza, 5.503.106), per una crescita del 15,3% sull'anno precedente, pari ad un incremento di oltre 700 mila passeggeri; risultato ottenuto nonostante le numerose ed imprevedibili criticità affrontate nel corso del 2010: dalle eccezionali nevicate invernali, agli effetti della nube vulcanica, dall'emergenza terrorismo allo sciopero 'selvaggio' dei controllori di volo spagnoli. Ad aumentare sono stati soprattutto i passeggeri internazionali (3.934.637, +18,0%), ma è significativa anche la crescita dei passeggeri nazionali (1.568.469, +8,9%). Riguardo alla suddivisione per tipologia di vettore, i passeggeri su voli di linea tradizionali sono stati 2.902.959, quelli su voli low cost 2.019.398, quelli su voli charter 509.891 (a questi si aggiungono anche 70.858 transiti, mentre sono esclusi dal totale i passeggeri di aviazione generale). I movimenti totali sono stati 64.193, con un incremento del 6,8%. In aumento (+6,3%) anche le merci trasportate per via aerea, pari a 26.177 tonnellate.

La presidente Giuseppina Gualtieri ha commentato: “Si tratta di un altro record dopo il traguardo dei 5 milioni di passeggeri raggiunto a novembre. Abbiamo chiuso l'anno con il miglior

dato di sempre per Bologna, ed una crescita più che doppia rispetto alla media degli aeroporti italiani. Tutti gli obiettivi di un triennio pieno di lavoro sono stati raggiunti; il risultato del 2010 rappresenta una forte motivazione a lavorare bene anche nel 2011. Sarà l'anno degli investimenti per migliorare qualità ed efficienza dello scalo; sul piano dello sviluppo del traffico sarà l'anno del consolidamento e delle strategie per future opportunità di crescita. Ora la società aeroportuale di Bologna è pronta per svolgere un ruolo da protagonista nello quadro aeroportuale italiano ed europeo, i nuovi scenari di settore lo richiedono e, come sempre, le opportunità vanno colte e le scelte vanno fatte nei tempi giusti”. Nel corso del 2010 le destinazioni più richieste sono state: Parigi (oltre 370 mila passeggeri), Londra (poco più di 350 mila) e Francoforte (240 mila) tra i voli internazionali e Catania (290 mila), Roma (poco meno di 230 mila) e Palermo (quasi 170 mila) tra i voli nazionali. Da segnalare, inoltre, la forte crescita di Madrid (oltre 240 mila passeggeri, + 20,3%), Casablanca (190 mila passeggeri, +31,8%) e Bari (136 mila passeggeri, +26,8%).



I MAGNIFICI OTTO

Highland Worldwide

Convention a Milano il 4-5 maggio



Nella sede milanese del Sole 24 Ore prima dell'avvio dell'OPERATIONAL EXCELLENCE SUMMIT 2011 (il 6 maggio) è in programma un summit meeting voluto da Highland Worldwide per fare il punto su un tema di grandissima attualità a livello globale: la catena del valore.

Il quattro e cinque maggio è in programma il summit annuale di Highland Worldwide all'interno della community che unisce gli esperti del network che si occupano del settore Automotive and Industrial Goods.

Il tema del meeting sarà "Defining what we bring to the A&IG Value Chain".

Con il focus sulla Value Chain all'interno della specifica area settoriale gli esperti Highland Worldwide faranno il punto sui trend del settore e sulle novità da proporre alle aziende per implementare il grado di competitività.

 A member firm of Highland Worldwide	 NEW BUSINESS MANAGERS
 Highland Worldwide	
 Highland Worldwide	 Highland Worldwide
	 Highland Worldwide

Bologna: aeroporto intercontinentale Guglielmo Marconi



BOLOGNA "DECOLLA"
con **BONFIGLIOLI**
CONSULTING



Bonfiglioli Consulting ha rinnovato la sua presenza nell'area partenze dell'aeroporto intercontinentale Guglielmo Marconi di Bologna.

Dietro i banconi del check in spicca un grande pannello luminoso che rimanda all'immagine della home page internet www.bcsa.it: la perla e i RISULTATI DIVALORE che sono il vero biglietto da visita di Bonfiglioli Consulting.

LAVORO/ UNIVERSITÀ DI BOLOGNA:**Nuova ricerca sui nuovi "valori guida della carriera"**

Meglio puntare ad anticipare il guadagno e posticipare situazioni meno attraenti. E' questo l'atteggiamento che va per la maggiore, secondo un'indagine in uscita sulla rivista internazionale *Economics Letters*, a firma di Marco Casari e Davide Dragone, giovani economisti dell'Università di Bologna. E' anche in base a studi di questo tipo che assicurazioni, fondi di investimento e fondi pensione tarano i loro contratti. In termini economici, infatti, la questione si traduce prosaicamente in quanto si è disposti a pagare per anticipare un evento positivo, oppure per posticiparne uno negativo e quale successione di accadimenti si preferisca. I ricercatori bolognesi, sulle orme dei precedenti studi condotti nei campus americani, hanno così intervistato un campione di studenti universitari. Quanto pagheresti oggi in cambio della certezza di ricevere 100 euro tra tre giorni, due settimane, un mese oppure un anno? E in cambio di un bacio della tua star preferita? E quanto, per evitare eventi spiacevoli, come perdere 100 euro, oppure ricevere una piccola scossa elettrica? Per studiare l'ordine di successione preferito, hanno invece messo a confronto due diversi contesti conviviali. Una chiara maggioranza di intervistati opta per anticipare gli eventi piacevoli e posticipare le opzioni meno gradite. La vera differenza, fanno notare i ricercatori, non è tanto tra soldi o non soldi, come i precedenti autorevoli studi sottolineavano, bensì tra prospettiva di guadagno o di perdita. La preservazione dell'esistente, insomma, prevale nettamente sulla voglia di crescere. L'autotutela sulla speculazione. Le indagini che indicavano una predilezione per "il meglio alla fine", spiega Marco Casari, risalgono a circa 20 anni fa. Erano stati pubblicati da una delle più prestigiose riviste di economia e da allora non sono stati più messi in discussione.

All'Università di Bologna hanno preferito una verifica in tempo reale e il risultato è che "i tempi sono davvero cambiati".



NEWS

L'Europa punta davvero sulle PMI

Mettere "in campo una strategia sulle materie prime a livello europeo, in grado di garantirci un approvvigionamento sostenibile sul lungo periodo di materie prime e in grado di evitare la dipendenza da paesi terzi". E' uno degli obiettivi della strategia economica di lungo periodo illustrata dal vicepresidente della Commissione Ue, Antonio Tajani, alla Confindustria dell'Emilia-Romagna.

"Per uscire dalla crisi bisogna guardare all'economia reale. Le PMI sono i vasi sanguigni, le arterie della nostra economia", ha aggiunto poco dopo Tajani, convenendo con la presidente di Confindustria Emilia Romagna Anna Maria Artoni sulla centralità del comparto manifatturiero.

"In vista anche della nomina del nuovo mister piccole medie imprese della commissione europea - ha spiegato Tajani - responsabile della politica e ambasciatore per le Pmi, ho invitato (e inviteremo con i nostri prossimi documenti sulla politica industriale) tutti gli stati membri ad avere un mister o una miss per le PMI. Siamo convinti che le pmi dal punto di vista dell'occupazione siano quelle che possono più di ogni altro creare nuovi posti di lavoro".

**Antonio Tajani**Vicepresidente della
Commissione Ue**Fondo Italiano d'Investimento "Una vera grande occasione"**

Le prime due operazioni su altrettante PMI, piccole e medie imprese, sono completate e il Fondo Italiano d'Investimento ora è una realtà. "Presentate progetti di sviluppo, noi siamo pronti per entrare nel capitale delle Vostre aziende". E' questo il filo conduttore di un road show di presentazione che il presidente del Fondo Italiano d'Investimento Marco Vitale e l'amministratore delegato Gabriele Cappellini stanno conducendo in giro per l'Italia.

Il fondo, promosso da ministero dell'Economia e delle Finanze, da Confindustria, da Abi, da Cassa depositi e prestiti, da Intesa San Paolo, da Monte dei Paschi di Siena, da Unicredit con l'affiancamento recente di un pool di banche popolari nasce con lo scopo di sostenere le imprese italiane favorendone la patrimonializzazione e promuovendone i processi aggregativi. Avrà una durata complessiva tra investimento e disinvestimento fino a 14 anni, opererà prevalentemente sulle imprese che hanno un fatturato compreso tra 10 e 100 milioni di euro e che manifestino l'intenzione di accrescere le proprie quote di mercato, soprattutto in ambito internazionale.

L'attività del fondo prevede l'ingresso in minoranza nel capitale delle imprese e l'investimento in fondi già esistenti che condividano nei loro regolamenti gli obiettivi del Fondo italiano di investimento.

L'obiettivo è quello di creare nel medio termine una fascia più ampia di aziende di media dimensione, incentivando i processi di aggregazione tra le imprese minori, al fine di renderle maggiormente competitive anche sui mercati internazionali. Gli interventi saranno effettuati essenzialmente attraverso investimenti nel capitale di rischio (private equity) di società di piccole e medie dimensioni operanti nei settori dell'industria, commercio e servizi, per accompagnarle, con coerenza e professionalità, lungo il loro percorso di crescita. A tal fine la Società intende istituire, promuovere e gestire fondi comuni di investimento mobiliare di tipo chiuso riservati ad operatori qualificati finalizzati a favorire la patrimonializzazione delle imprese di piccole e medie dimensioni, operando sia attraverso investimenti diretti, sia tramite investimenti indiretti come "fondo di fondi".

Un video che illustra le attività del Fondo Italiano d'Investimento è visibile nel portale www.fondoitaliano.it

**Marco Vitale**Presidente del Fondo
Italiano d'Investimento



WORLD CLASS MANUFACTURING

PROCESSI LEAN

SOSTENIBILITÀ AMBIENTALE

INNOVAZIONE

OPERATIONAL
EXCELLENCE

SUMMIT 2011

BONFIGLIOLI  **CONSULTING**
Highland Worldwide

www.opexcellence.eu

BONFIGLIOLI CONSULTING

Via Isonzo 61 - 40033 Casalecchio di Reno (Bo) - Tel. 051-2987011 - Fax 051-2987055 - info@bcsoa.it - www.bcsoa.it - www.leanthinking.it