

in Centergross & Bologna

Welcome

*Speciale Centergross
& il mercato tedesco*

*Brand Campaign
#ItalianFashionHub*

*Rivoluzione ed evoluzione
del fast fashion*

*Un coperto all'avanguardia
per l'Asta Servizi*



centergross

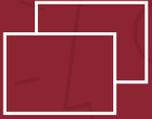
BOLOGNA

WE WORK FOR YOUR BUSINESS

luogocomune

A COWORKING SPACE

Via Matteotti 21 - 40129, Bologna, Italy



300 METRI QUADRI
DI SPAZIO POLIVALENTE



DESK DEDICATI



POSTAZIONI CONDIVISE



ACCESSO 24/7



FREE WIFI



SALA RIUNIONI ESCLUSIVA



STAMPANTE CONDIVISA



SPAZIO EVENTI



CUCINA CONDIVISA



AREA RELAX



DEPOSITO BICI



A POCHI PASSI
DALLA STAZIONE CENTRALE



coworking

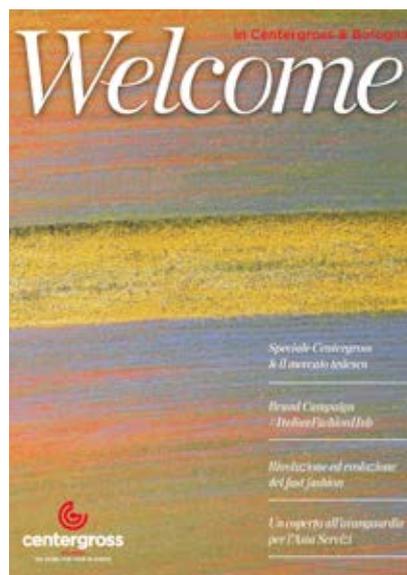
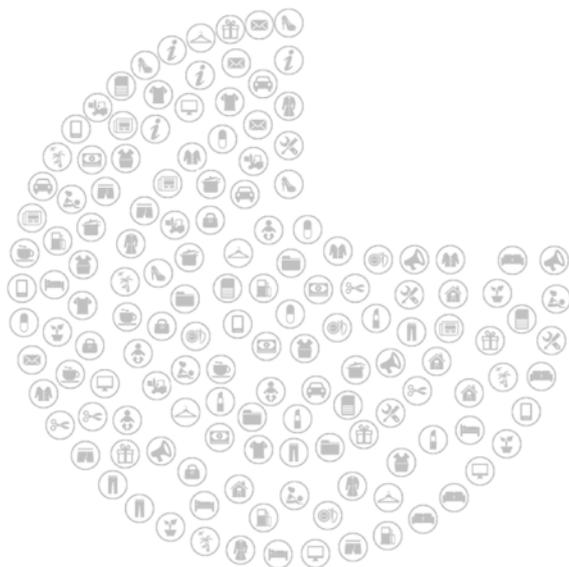
sale riunioni on-demand

eventi

+39 328 9238654 *Matteo* | +39 347 5797690 *Valerio*

+39 348 7381674 *Marella* | +39 348 5276426 *Vito*

www.luogo-comune.com



La copertina è dedicata alle splendide opere del fotografo Pierluigi Orler raffiguranti la fioritura delle lenticchie a Castelluccio di Norcia. Un omaggio all'avvento della primavera e alla bellezza del (ri)fiorire, in ricordo della mostra-evento Frammenti di bellezza: Castelluccio nel cuore, organizzata da Centergross – in collaborazione con Ascom Bologna e CAAB – nell'anno del 40° Anniversario dell'inaugurazione del distretto.

In questo numero:

- 3** - Sommario
- 5** - L'Editoriale
di Gianfranco Leonardi
- 6** - Centergross & il mercato tedesco
- 10** - Intervista a Lucia Gazzotti
- 12** - Internazionalizzazione in pillole
- 14** - #ItalianFashionHub
- 15** - Convegno Fast Fashion
- 17** - Una Storia di famiglie
- 19** - Centergross & ANT
- 20** - Intervista a Elisabetta Gualmini
- 22** - Un coperto all'avanguardia
- 25** - Intervista a Piero Scandellari
- 27** - Come Arrivare
- 28** - Terrorismo ecologico?
- 29** - Fattura Elettronica
- 30** - Cyber Risk
- 31** - Conciliazione al Primo Nido
- 32** - Rubrica Studio Mazzone
- 35** - Altre iniziative

Welcome in Centergross & Bologna n° 26 - maggio 2019

Pubblicazione quadrimestrale
Registrazione Tribunale di Bologna n° 6645 del 13/02/97

Direttore Responsabile: Gianfranco Leonardi
Redazione: Centergross srl, Studio Fuoribordo srl
Progetto Editoriale: Studio Fuoribordo srl
Progetto Grafico: Fabiano Fontana, Valerio Succi, Enrico Busi
Impaginazione: Valerio Succi
Stampa: Tipolitografia Italia (FE) ITALY

L'editore ringrazia, per l'adesione al progetto editoriale, gli operatori dei servizi all'impresa del Centergross, gli inserzionisti che con la loro gentile adesione hanno partecipato alla realizzazione di questa iniziativa editoriale.

Diffusione gratuita, anche a mezzo postale, alle imprese e agli operatori economici, agli enti locali del territorio e operatori dell'informazione.
Finito di stampare nel mese di Maggio 2019
Stampa: totale copie 3.500

©-Copyright 2019 by Centergross srl: Della presente pubblicazione è vietata la riproduzione anche parziale con qualsiasi mezzo effettuata, non autorizzata. Foto: Studio Fuoribordo, archivio Centergross, ph. Valerio Gualandini.
L'editore non è in alcun modo responsabile per i marchi o slogan usati dagli inserzionisti.

Privacy - Informativa ai sensi dell'art. 13 del D.L. n. 196/2003. Nel rispetto del diritto alla privacy, Studio Fuoribordo srl titolare del trattamento ha estratto i dati personali per l'invio postale della pubblicazione dall'archivio abbonati elenchi telefonici e da altre banche dati proprie o acquisite da terzi. I dati, di cui non è prevista la diffusione, sono trattati con procedure automatizzate e manuali, per fini promozionali e commerciali. Ciò nonostante, in base all'art. 13 dell'informativa, il titolare del trattamento ha diritto di opporsi all'utilizzo dei dati facendone espresso divieto tramite comunicazione scritta da inviarsi alla sede Studio Fuoribordo srl - Blocco 5A - viale della Mercanzia n. 13 - Centergross 40050 Fano di Argelato (BO).

fuoribordo

C R E A T I V E A G E N C Y

*Andare oltre i soliti orizzonti della comunicazione
è la nostra missione quotidiana*

Studio Fuoribordo si occupa di web design, grafica, strategie visual e di branding, immagine coordinata, editoria, video e web marketing. Costruiamo strategie di branding e marketing mirate, per un taglio di luce sulla tua identità, del tuo marchio o prodotto. Siamo un team eclettico, che comunica out of the box e che parla con te, per ascoltare le tue esigenze e tracciare un orizzonte in comune: **i tuoi obiettivi sono anche i nostri.**

Studio Fuoribordo srl Viale della Mercanzia Blocco 5A n.13 - 40050 - Centergross Bologna - Italy
studiofuoribordo.it - info@studiofuoribordo.it

Il Centergross raccoglie consensi

In pressoché totale controtendenza con l'attuale *mainstream* (che vede l'economia in crisi in gran parte del pianeta) è da sottolineare il concreto successo che continua invece a registrare il Centergross di Bologna, grazie alla professionalità e all'ottimismo contagioso del suo Consiglio di Amministrazione, impegnato fin dai primi giorni dell'anno in una trasferta in Europa dell'est per presentare ai buyers di tutto il mondo i prodotti delle aziende che operano all'interno della cittadella del fast fashion made in Italy più grande d'Europa. E, a ben guardare, non ci si dovrebbe fermare lì: al Centergross, oltre alla moda, c'è di più! Cominciando dal modo con cui questa città per il commercio si sta innovando anche dal punto di vista energetico, con l'installazione di pannelli fotovoltaici, il controllo dell'automazione industriale, dei sistemi per ottimizzare la resa e la qualità produttiva. E ancora con l'attenzione ai servizi dedicati ai dipendenti e ai visitatori: bar, ristoranti, una parafarmacia e un asilo, il "Primonido", per i figli – dai 3 mesi ai 6 anni – dei lavoratori del Centergross e delle famiglie del territorio, voluto per la necessità di conciliare i tempi del lavoro con quelli della cura dei bimbi, tenendo presente gli obiettivi educativi e pedagogici che si ispirano al metodo montessoriano. Tutto ciò va ad arricchire il sistema Centergross, struttura dinamica, competitiva e internazionale dove l'offerta del made in Italy incontra i buyers che arrivano dall'estero proprio per trovare qui le eccellenze provenienti da tutte le regioni italiane, raccolte in un'unica grande

piattaforma distributiva del prodotto italiano. E' qui che le aziende investono le proprie risorse nell'affitto e nell'acquisto di spazi, perché riconoscono in questo distretto il luogo ideale per fare business, non solo con la clientela italiana ma anche e soprattutto con la clientela estera, che costituisce oltre la metà dell'incoming buyers annuo del distretto. Ma oltre ad aspettare i buyers al Centro, la Direzione di Centergross organizza anche missioni all'estero, come la partecipazione alle fiere in Germania dove si concentra la migliore clientela *business to business*. A Berlino, ad esempio, lo stand istituzionale del Centergross è stato letteralmente preso d'assalto da acquirenti di ogni dove, richiamati in massa anche dalle irresistibili tipicità emiliane offerte ai presenti (spaghetti alla bolognese con accompagnamento musicale di opere classiche cantate dal vivo da un tenore!). E dopo la Germania, grande successo per Centergross anche in Russia, dove al padiglione italiano della Fiera CPM (Collection Première Moscow), alla presenza del Direttore dell'ICE Mosca dott. Pier Paolo Celeste, i prodotti fast fashion delle aziende del distretto sono stati molto apprezzati. E il Presidente di Centergross, assieme all'intero Consiglio di Amministrazione, sta già lavorando per la partecipazione all'esposizione universale di Dubai del 2020, per il cui progetto è necessario mettersi all'opera da ora, nel 2019, con un incoming di buyers per le aziende che hanno aderito all'iniziativa. ♦

a cura di Gianfranco Leonardi



Lo staff e la Direzione di Centergross Bologna, con al centro il Presidente Lucia Gazzotti, assieme ai manager della fiera Panorama Berlin presso lo stand di Centergross

Fashion food e lirica

Il Distretto bolognese conquista Berlino



Il 2019 si è aperto con un fitto calendario di appuntamenti internazionali di particolare rilievo per le oltre 600 aziende di Centergross, a cominciare dai primi mesi dell'anno che hanno visto il distretto emiliano in Germania, a Panorama Berlin dal 15 al 17 gennaio e a Gallery Düsseldorf dal 26 al 28 gennaio, ai quali ha fatto seguito la partecipazione a CPM Collection Première Moscow, la più importante fiera per il mercato russo ed est europeo, in programma dal 25 al 28 febbraio. Va sottolineata in modo particolare la partecipazione a Panorama Berlin, evento di rilievo internazionale - 45mila metri quadrati di spazio, 800 brand per una media di oltre 50mila visitatori business provenienti da tutto il mondo - che nelle tre giornate della fiera offre un'ampia panoramica delle collezioni moda nazionali e internazionali. Così la presidente di Centergross, Lucia Gazzotti, ha illustrato le iniziative in programma per il nuovo anno: «Ci aspetta un 2019 promettente e ricco di nuovi progetti. Abbiamo iniziato con una novità di rilievo per tutti i nostri brand: il debutto a una delle manifestazioni più rilevanti in Europa per il settore abbigliamento, Panorama Berlin. Un appuntamento particolarmente strategico se si considera che la Germania è da sempre il nostro principale interlocutore in Europa e che il mercato europeo rappresenta il 35% del totale dell'incoming estero annuo del nostro distretto.



L'esibizione del baritono Massimo Marotta presso lo stand di Rinascimento



I visitatori della fiera affollano lo stand di Centergross

I prossimi appuntamenti continuano a perseguire l'obiettivo di costruire nuove opportunità per le nostre aziende, facilitare relazioni e nuove possibilità di business, cogliendo tutte le occasioni a disposizione per promuovere il nostro polo, anche attraverso una pre-

senza diretta e costante sui principali mercati di riferimento». E quello del Centergross a Berlino è stato sicuramente un debutto di grande successo anche grazie ad un format originale che ha intrecciato due momenti importanti del made in Italy: moda e cibo,

Centergross & il mercato tedesco



Il mood espositivo #ItalianFashionHub



Chef all'opera durante la Bologna Food Experience

Fashion&Food, sulle note del grande compositore Gioachino Rossini. Tutto esaurito nello stand Centergross allestito nella Hall 3 affollato di buyers internazionali: grande attenzione hanno riscosso le collezioni e le aziende che hanno aderito alla collettiva di marchi:

Souvenir per la moda donna, Berna per l'uomo, Nila e Nila per le calzature e Funbee per il mondo kids. In spazi autonomi all'interno della fiera hanno presentato le proprie novità e tendenze moda anche Cipo & Baxx, Dixie, Kontatto, Imperial Fashion,

Please, Rinascimento e Vicolo, alcuni dei marchi di punta del Centergross. Tra gli ospiti, anche Fabio Casciotti, direttore di ICE Berlino - Agenzia per la promozione all'estero e l'internazionalizzazione delle imprese italiane. Un diretto coinvolgimento del pubblico ha animato le esibizioni liriche che hanno accompagnato i giorni di fiera con un omaggio particolare a Gioachino Rossini del quale è ricorso nel 2018 il 150esimo anniversario dalla morte. Sempre affollate, infine, ogni giorno dalle 12 alle 14 le degustazioni "Bologna Food Experience": un format culinario alla scoperta delle eccellenze gastronomiche locali a partire dai famosi Spaghetti Bolognesi, molto apprezzati anche dalla cancelliera Angela Merkel. «Fashion&Food è un binomio vincente, soprattutto se legato al saper fare italiano: cibo e abbigliamento, oltre che essere necessità primarie, sono entrambi legati all'universo della creatività, in cui la nostra cultura si distingue da sempre – il commento da Berlino del consigliere di presidenza di Centergross, avvocato Gianluigi Mazzoni, cofondatore e speaker del Comitato per la Promozione della Ricetta originale degli Spaghetti bolognesi. Non resta che iniziare a progettare una partecipazione ancora più d'impatto per la prossima edizione di Luglio 2019» ♦

Centergross & il
mercato tedesco


centergross
BOLOGNA
WE WORK FOR YOUR BUSINESS

Gallery
DÜSSELDORF

centergross.com

Centergross ambasciatore del made in Italy

Düsseldorf, Gallery International Fashion Trade Show

Dopo il successo di Panorama Berlin, un altro appuntamento importante per il Centergross, che dopo il debutto di luglio 2018, ha partecipato per la seconda volta a Gallery International Fashion Trade Show di Düsseldorf, fiera internazionale della moda nell'area industriale Böhler, a quindici minuti dal centro cittadino. L'area permette di presentare in un unico spazio e in contemporanea tutti i segmenti del settore fashion: ad ogni stagione più di 800 marchi presentano le loro creazioni e il portfolio degli espositori è in continuo aumento. La presidente Lucia Gazzotti spiega così i motivi che hanno spinto Centergross - piat-



L'area industriale Böhler di Düsseldorf, allestita per la fiera Gallery

taforma distributiva d'eccellenza del prodotto made in Italy – a partecipare: «La mission del nostro distret-

to è quella di portare a conoscenza di tutto il mondo l'ottima qualità a prezzi convenienti dei prodotti del nostro made in Italy, frutto della creatività e dell'ingegno delle nostre aziende. Il raggiungimento di questo obiettivo avviene anche attraverso la partecipazione alle fiere di maggior rilievo a livello internazionale, esattamente come Gallery Düsseldorf». Fiera leader per le ordinazioni, i brand premium e i marchi di design di alta qualità, Gallery è infatti in grado ogni anno di calamitare oltre seimila visitatori da 48 nazioni ed è un evento che piace molto anche a key account, giornalisti e blogger della moda. Per questo motivo e a



Il nuovo Company Profile Fashion di Centergross



conferma della sua vocazione internazionale, Centergross ha deciso di investire sul mercato tedesco, attualmente il più rappresentativo a livello di incoming dai Paesi europei. La volontà della Presidenza e del Consiglio di Amministrazione di Centergross è infatti quella di dare valore in maniera sistemica al complesso delle aziende che operano al suo interno e di valorizzare la varietà e la qualità di proposte di mercato dirette prevalentemente alla classe media mondiale, fascia di acquirenti storicamente attenta al buon rapporto qualità/prezzo dei prodotti.

E poi... Spaghetti bolognesi per tutti! Due sono infatti le anime del



Lo stand di Centergross Bologna

distretto bolognese: spinta alla internazionalizzazione e, nello stesso tempo, attenzione al proprio territo-

rio. Così insieme alle aziende della moda, anche a Düsseldorf sono stati presentati gli Spaghetti bolognesi, nuovo format di valorizzazione gastronomica ideato e promosso da Centergross in collaborazione con il Comitato ufficiale per la Promozione della Ricetta originale degli Spaghetti bolognesi, nato nel 2016 con l'obiettivo di indagare, riabilitare e promuovere la vera ricetta di questo piatto tanto discusso quanto apprezzato soprattutto all'estero e sempre richiesto dai clienti che ogni giorno giungono a Centergross da ogni parte del mondo. ♦



Buyers in visita allo stand.



Mentre il Governo entusiasta annuncia l'imminente ripresa grazie alla recente manovra finanziaria - il decretone - (con il PIL al di sotto dello 0,6%, è recessione tecnica) alcuni milioni di italiani corrono a ritirare il modulo per richiedere il reddito di cittadinanza e altrettanti connazionali presentano domanda per arrivare a quota 100. il Paese "galleggia" grazie ai tanti imprenditori che continuano a perseguire i propri obiettivi lavorativi, districandosi tra le difficoltà dei mercati, le tasse e i problemi fiscali e della burocrazia, non ultimi, quelli dovuti alle pastoie della fattura elettronica! Tra questi valorosi, molti sono titolari delle aziende del Centergross - l'importante polo commerciale emiliano della moda, conosciuto in tutto il mondo - che, capitanati dalla loro presidente, Lucia Gazzotti, ultimamente sono andati in trasferta nell'Europa dell'est, per presentare a nuovi mercati, i prodotti del fast fashion made in Italy: belli, innovativi, di gran qualità e sempre ammirati/invidiati.

Per conoscere l'attuale situazione del mondo della moda, vogliamo avere da lei alcune informazioni, gentilissima Presidente...

Sono presente al Centergross con la mia azienda di intimo ed abbigliamento uomo, donna e bambino fin dalla fondazione del distretto, quindi ho maturato una grande esperienza.

Per quanto riguarda le scelte relative alla comunicazione del nostro centro sono affiancata dalla commissione moda del Consiglio di Amministrazione, costituita da Emma Tadei, Francesca Mandreoli, Roberto Borsari e Alessandro Santi e dagli altri consiglieri. Per gli eventi istituzionali collaboro con il Consiglio di Presidenza, il Vice Presidente Piero Scandellari e il Consigliere di Presidenza Gianluigi Mazzoni, oltre che con lo staff comunicazione di Centergross: Svetlana, Riccardo e Micol. Le trasferte che effettuiamo sono finalizzate a farci conoscere come riferimento del fast fashion italiano e propedeutiche alla formazione di nuovi rapporti che poi ogni imprenditore del distretto cura personalmente. Promuovere il nostro polo, anche attraverso una presenza diretta e costante sui principali mercati di riferimento, ci ha sempre ripagato, poichè abbiamo circa 10mila buyers giornalieri che accedono al Centergross, la maggior parte esteri, negozi indipendenti e boutique, che qui, alle porte di Bologna, possono incontrare i fornitori ideali e ottimizzare i loro processi d'acquisto con un buon margine finanziario.

Siete tornati da pochi giorni da una trasferta all'estero, con quali risultati in termini concreti?

Siamo stati in Germania per farci conoscere dai buyers di là e con l'obiettivo di costruire nuove opportunità per le nostre aziende, per facilitare relazioni e business. Per la prima volta abbiamo partecipato alla rassegna di moda tedesca Panorama Berlin, nella capitale teutonica - 45mila mq. di spazio espositivo, 800 brand e oltre 50mila visitatori B2B da tutto il mondo. Una vetrina importante per le nostre aziende in una realtà internazionale dove non ci sono solo buyers tedeschi, ma di tutto l'Est europeo. Il nostro stand istituzionale era circondato da quattro brand del nostro distretto: Souvenir (*womenswear*) Berna (*menswear*) Nila e Nila (calzature) e Funbee (*kidswear*), ed erano presenti anche altri operatori del distretto con il loro stand indipendente. La sensazione che abbiamo avuto è che è piaciuto molto il nostro modello di business sul

pronto moda, che è prodotto veloce e sempre aggiornato in base ai fashion trend e alle stagioni, e in questi momenti di difficoltà - che è noto, sono a livello mondiale - permette di non investire troppo capitale, anzi consente di autofinanziarsi man mano che si vende. Senza dimenticare che la Germania per noi resta il principale interlocutore in Europa: è un mercato di riferimento con il 35% del totale dei clienti dell'Europa comunitaria. Inoltre abbiamo partecipato al salone Premium Gallery Düsseldorf. E poi, alla volta della Russia, per il CPM (Collection Première Moscow) la più importante fiera di moda per il mercato russo ed est europeo.

Anche se il rallentamento dell'economia è ben evidente su molti fronti, ci sono pure segnali che dimostrano una concreta crescita di mercato, nella nostra regione, non è vero?

A mio parere questo dipende anche dall'azione del Governo, perché se vengono stimolati i consumi, l'economia riparte, cosa che tutti ci auguriamo. Noi abbiamo aziende che continuano ad avere incrementi di fatturato, soprattutto quelle che si sono potute permettere di investire di più in nuovi sistemi di business hanno ottenuto buoni risultati. Come istituzione lavoriamo anche per le aziende più piccole che non hanno molte risorse, ma che costituiscono la gran parte del Centergross.

Dal novembre scorso con il decreto di dignità per le assunzioni, proroghe e rinnovi di contratti a termine sono soggetti a nuove disposizioni. Ciò pone aziende e professionisti a dover valutare attentamente sia i rapporti in essere che quelli in previsione di essere avviati. Voi come vi siete regolati?

Noi ci sentiamo penalizzati dal fatto che dopo un anno non si possano considerare allungamenti del contratto perché non saremmo tutelati. Per noi molte posizioni contrattuali, specie quelle di più responsabilità, vanno testate in più anni, almeno due o tre. Così come richiede l'ultima normativa,

fai un anno e poi se non sei convinto, cambi, ma questo, anche per le persone che cercano lavoro, è penalizzante. Adesso si cerca personale specializzato, che conosca bene le lingue - basilare è l'inglese, ma importanti sono anche il tedesco, il russo e il cinese - personale che abbia conoscenze informatiche e sappia usare i social, fondamentali anche questi come l'e-commerce, tutte specialità che richiedono perfezionamento e formazione continua.

Guardando al futuro, quando si parla di moda si parla di concorrenza cinese. Ultimamente Di Maio è andato alla Western China International Fair di Chengdu e il nostro ministro degli esteri Moavero Milanesi ha incontrato alla Farnesina il pari grado della Repubblica Popolare Cinese, Wang Yi per prendere accordi che facilitino i rapporti tra i due Paesi. A conferma di ciò, anche il presidente del consiglio Conte ha attestato che con la Cina siamo partner per la nuova via della seta...

È dal 2014 che siamo in contatto con i cinesi. La qualità dei nostri materiali, il design e la mano d'opera sono molto buoni. Abbiamo partecipato a fiere in Cina e abbiamo impostato rapporti con

gruppi attirati dai nostri vari settori e quindi interessati all'acquisto per rifornire centri commerciali, e noi come Emilia-Romagna, possiamo accontentarli di sicuro: i cinesi sono interessati alla moda, alle auto di lusso, al wellness, all'alimentazione. So che hanno già contatti con FICO e, dunque non può mancare la moda! Per noi è il secondo grande mercato, dopo la Russia, che ci ha fatto innovare il sistema del pronto moda. Siamo stati a Mosca per il CPM e lì abbiamo incontrato i vertici dell'ufficio economico-commerciale dell'Ambasciata d'Italia a Mosca, il Primo Segretario Caterina Gigliuto e il Primo Consigliere Francesca Santoro, e anche il Direttore dell'ICE - Istituto Commercio Estero di Mosca Pier Paolo Celeste, che ci agevoleranno per nuovi contatti e accordi commerciali. Così anche per la Germania: a Berlino il nostro prodotto ha raccolto pareri davvero lusinghieri. Noi poi ci siamo presentati organizzando una manifestazione che ha messo in luce la nostra moda italiana assieme alla nostra cultura, con un baritono che si è esibito cantando arie di Rossini, del Barbiere di Siviglia, di Verdi della Traviata, poi della Carmen di Bizet. In quel contesto non potevano mancare gli spaghetti bolognesi che abbiamo offerto ai tedeschi che li hanno molto apprezzati

e nel contempo si sono registrati accreditandosi. Tutto ciò è stato organizzato per costituire un archivio di contatti di buyers tedeschi e delle altre nazioni presenti in fiera, che utilizzeremo per le nostre newsletter che comunicano le notizie che ci forniscono gli operatori e anche per future promozioni di eventi che metteranno in luce le potenzialità del nostro centro. Quando ci presentiamo con i nostri prodotti tipici, tutto il mondo ci stima e ammira. Prossimamente riceveremo buyers da Dubai tramite un'azione congiunta tra la Regione Emilia Romagna e Unioncamere così da essere preparati per l'Expo che si terrà nell'emirato nel 2020, e alla quale sono attesi 25 milioni di visitatori provenienti da tutto il mondo. In questo momento di difficile congiuntura sono molto contenta di collaborare con una squadra di colleghi molto competenti, come il Vice Presidente Piero Scandellari, il Consigliere di Presidenza Gianluigi Mazzoni, il Consigliere Segretario Gianni Santi e tutti gli altri Consiglieri, con i quali organizziamo le attività del Centergross e che si impegnano con grande senso del bene comune della nostra comunità. ♦



Lo stand Centergross a Berlino.

DELEGAZIONE EACHAM IN VISITA



18 febbraio 2019: una delegazione di buyers appartenenti alla EACham – European American Chamber of Commerce and Industry, guidati dal Presidente Gao Ying, in Italia per partecipare al salone internazionale MICAM, hanno visitato il Centergross ed alcune delle sue aziende produttrici di calzature e accessori. Prima di visitare le aziende, la delegazione ha incontrato la Presidente di Centergross Lucia Gazzotti all'Infopoint. ♦

CAPODANNO CINESE 2019



7 febbraio 2019: importante occasione di networking per Centergross la celebrazione del Capodanno Cinese 2019 (Year of the Pig), organizzata da Hong Kong Economic and Trade Office (HKETO) e da Hong Kong Trade Development Council (HKTDC) nella splendida cornice dell'Hotel Principe di Savoia a Milano. L'evento è stata l'occasione per conoscere il Cavaliere del Lavoro Mario Boselli, già presidente di Fiera Milano e di Pitti Immagine, attualmente presidente onorario della Camera Nazionale della Moda Italiana, dell'Arab Fashion Council, e official ambassador della Shanghai Fashion Week. ♦

BUYERS CINESI AL CENTERGROSS



19 giugno 2018: abbiamo accolto all'Infopoint Centergross una delegazione di buyers cinesi, proprietari di department stores, membri della CCAGM – China Commerce Association for General Merchandise. La delegazione ha poi visitato gli showroom di alcuni brand moda uomo e donna del distretto. ♦

OPPORTUNITA' DA SHANDONG



12 settembre 2018: una delegazione di buyers e investitori cinesi provenienti dallo Shandong, proprietari di alcuni dei più importanti centri commerciali della provincia, visitano la realtà del distretto e incontrano la Direzione per valutare opportunità di collaborazione. ♦

SEMINARIO EMI - ENTE MODA ITALIA & HKTDC



12 maggio 2018: uno sguardo di insieme sulle fiere estere, strumento essenziale per penetrare i più importanti mercati internazionali e sviluppare l'export delle aziende italiane del settore moda, è stato il tema al centro dell'incontro "Russia, Stati Uniti e Far East Asiatico. La moda italiana nel mondo" che si è svolto all'Infopoint Centergross e al quale hanno partecipato numerose aziende operatrici del distretto. All'incontro sono intervenuti Lucia Gazzotti, Presidente Centergross, Alberto Scaccioni, Amministratore Delegato di EMI Ente Moda Italia, Antonio Franceschini, Responsabile Nazionale CNA Federmoda, Gianluca Mirante, Direttore Italia HKTDC Hong Kong Trade Development Council. ♦

LE FIERE DELLA MODA DI IGEDO COMPANY



6 aprile 2018: si è tenuto presso l'Infopoint Centergross il seminario "Le fiere della moda di Igedo Company. Il tuo trampolino di lancio in mercati nuovi e redditizi" nel corso del quale sono state illustrate le opportunità sui mercati russo, tedesco e iraniano e i servizi offerti da Igedo Company alle aziende italiane del settore moda interessate. Il focus sarà sulle manifestazioni fieristiche organizzate da Igedo Company a Mosca, Düsseldorf e Shiraz. ♦

MERCATO LATINO-AMERICANO



5 novembre 2018: proprietari di piccole medie imprese di moda, direttori di camere di commercio di settore e rappresentanti istituzionali dei principali paesi dell'America Latina guidati da IILA – Istituto Italo-Latino Americano (organismo intergovernativo facente capo al Ministero degli Affari Esteri e della Cooperazione Internazionale la cui mission è stimolare e potenziare le relazioni tra l'Italia, l'Europa e l'America Latina) visitano il Centergross e alcune sue aziende in occasione del Forum Italo-Americano delle PMI. ♦

SEMINARIO CONFINDUSTRIA EMILIA



18 ottobre 2018: il volume degli scambi commerciali tra Italia e Federazione Russa conferma anche nel 2018 la tendenza positiva registrata nel 2017, seppure i risultati generali siano ancora lontani da quelli antecedenti il 2014. Il seminario dal titolo "Federazione Russa - Opportunità e criticità per il settore moda a fronte delle nuove norme valutarie, fiscali e doganali" ha fornito una panoramica generale, analizzando l'andamento commerciale e le prospettive per il futuro, con un focus sulle novità normative, prospettando possibili soluzioni operative. ♦

#ItalianFashionHub

Centergross svela la nuova campagna

La **Brand Campaign** è destinata in particolare ai buyers stranieri ed è stata studiata dall'agenzia VTWO B per valorizzare i concetti chiave del polo bolognese - italianità, moda veloce, posizione strategica - attraverso l'allure della modella Eva Klímková. **#ItalianFashionHub** interpreta i concetti d'identità e di stile, importanti trend nella comunicazione contemporanea, giocando con le diverse espressioni dello stesso volto di Klímková. Il concept dà forma a un patchwork di ritratti dalle tinte calde e di eye-contacts evocativi, che raccontano di una identità eclettica in tutte le sue sfumature. La campagna multi-soggetto, infatti, mette in scena diversi total look per descrivere la capacità del distretto di soddisfare trasversalmente l'intera domanda del settore moda veloce - dal denim al casual all'abito da sera e da cerimonia - per donna, uomo e bambino, in ogni stile e per tutte le tipologie di prodotto, dalla scarpa all'accessorio al tessile. Con la qualità tipica del made in Italy e il plus di una posizione strategica nel cuore della Fashion Valley.

Centergross prosegue quindi nel suo progetto di potenziamento della **brand awareness**: avviato nel 2018 con la pubblicazione del sito www.centergross.com, rinnovato nell'immagine e potenziato nei servizi, è proseguito con una maggiore partecipazione a eventi business internazionali in stand fieristici sempre più d'impatto, per arrivare alla nuova campagna e alla recente pubblicazione dei nuovi company profile, disponibili in 4 lingue (italiano, inglese, tedesco e russo) e anche in versione digitale. La campagna **#ItalianFashionHub** accompagnerà per tutto il 2019 anche i viaggiatori in arrivo e in partenza dall'Aeroporto Marconi di Bologna. ♦



La rivoluzione e l'evoluzione del fast fashion

Centergross, un modello di eccellenza tra made in Italy, fast fashion e innovazione tecnologica

Con questa tavola rotonda nella Sala Congressi del Centergross il 9 maggio 2018 si è aperto il secondo ciclo di incontri sul tema “L’innovazione tecnologica nei distretti italiani”, un’iniziativa di QN Il Resto del Carlino e QN Economia e Lavoro, in collaborazione con Tim, dedicata al supporto che le nuove tecnologie offrono alle piccole e medie imprese per favorire l’ottimizzazione dei loro investimenti e potenziare la loro forza di penetrazione nei mercati. Per gli organizzatori questi incontri rappresentano «una splendida occasione per le più importanti realtà imprenditoriali del territorio di avviare un dibattito e un confronto su un tema sempre attuale come la tecnologia, principale strumento di innovazione e risorsa fondamentale per la crescita culturale e sociale del Sistema Italia, in una dimensione globale». Sistema Italia significa distretti e filiere: «Assieme a industria 4.0 sta per aprirsi una nuova era per la peculiarità più importante dell’economia italiana: i distretti. Hanno resistito alle cassandre di chi li riteneva superati, da anni sono tornati alla riscossa e, mentre il mercato interno mostrava crepe e cali di fatturati, loro sono riusciti a tenere a galla le aziende, incrementando l’export» (Il Resto del Carlino, 17 luglio 2017). In Italia c’è infatti legame tra territorio e produzione, un connubio tra *genius loci* e *genius faber* che va rilanciato, soprattutto oggi che il consumatore è sempre più attento e curioso. Le aziende

italiane riunite in distretti possono senza dubbio giocare una bella partita su questo fronte. Se i distretti dell’Emilia-Romagna costituiscono nel loro insieme ambiti privilegiati per lo sviluppo di idee e di progetti innovativi in grado di valorizzare le risorse presenti nel territorio, nel campo della moda il punto di riferimento non può che essere il Centergross, polo d’eccellenza tra i maggiori in Europa, che si espande su un’area di 1 milione di metri quadrati alle porte di Bologna e raccoglie oltre 600 aziende e 6.000 lavoratori per un volume aggregato di affari di 5 miliardi di euro annui. Frequentato da una media di 10.000 buyers al giorno, Centergross è oggi una delle aree di maggiore attività e fermento per il settore della moda made in Italy a livello internazionale. Nel campo della moda Centergross significa anche fast fashion, una vera e propria rivoluzione il cui principale punto di forza consiste nella capacità di offrire prodotti di tendenza in un arco temporale ristretto, grazie all’introduzione di nuovi sistemi tecnologici, che hanno portato il consumatore ad usufruire di un guardaroba costantemente rinnovato e poliedrico. Creatività, qualità, commerciabilità ed efficacia di vendita sono le parole guida delle imprese di fast fashion. Appunto su questo fenomeno si è focalizzata la tavola rotonda del 9 maggio, con esponenti di primo piano del settore della moda, del mondo politico ed economico. Sono intervenuti al dibattito Lucia Gazzot-

ti, presidente di Centergross, Antonio Franceschini, responsabile nazionale di CNA Federmoda, Rosa Grimaldi, delegata per l’Imprenditorialità di Alma Mater Studiorum - Università di Bologna, Federico Ballandi, presidente di Kontatto, Monica Mai, responsabile per la comunicazione di Rinascimento, Roberto Collavizza, responsabile della Divisione Sales Area Nord Est di Tim. Sul versante politico istituzionale e delle infrastrutture l’incontro ha visto la partecipazione del sindaco di Bologna Virginio Merola, di Enrico Postacchini, presidente di Aeroporto Guglielmo Marconi Spa e di Marco Spinedi, presidente di Interporto Bologna Spa. Moderatore Paolo Giacomini, direttore di QN Il Resto del Carlino. L’assessore alle Attività produttive della Regione Emilia-Romagna, Palma Costi, impossibilitata a partecipare, ha inviato un messaggio. Moda, velocità di produzione e di pensiero, economia, infrastrutture, tecnologia a servizio delle imprese e delle persone, importanza delle relazioni territoriali, innovazione come capacità di rendersi unici sul mercato, formazione universitaria e continuativa, internazionalizzazione, capacità di affrontare la crisi tutti insieme: questi alcuni dei temi emersi dal dibattito. La varietà degli interventi ha mostrato con chiarezza alcuni dati importanti, primo fra tutti il fatto che in questa area le nuove tecnologie non fanno paura, anzi sono ampiamente usate con consapevolezza e con ot-

timi risultati. «Il digitale è uno strumento che il made in Italy deve usare anche per mettere in evidenza il valore che sta dietro al proprio prodotto. Dimostriamo al consumatore internazionale l'attenzione che abbiamo per i valori sociali, per il territorio, la trasparenza e il rispetto delle regole, insieme al nostro carattere distintivo che è la completezza della filiera» (Franceschini). «Il web è fondamentale nel nostro settore. È grazie ai portali on line che ciò che viene realizzato oggi domani può essere accessibile in velocità e senza limiti di distanza, aumentando le possibilità di business e diminuendo il rischio dell'invenduto e delle rimanenze» (Ballandi). «Crediamo che il digital debba essere a servizio del cliente, sia business che finale, senza mai essere autoreferenziale. Mettiamo a disposizione del nostro cliente la possibilità di ritiro e consegna in negozio, la prenotazione on line per il negozio etc. per migliorargli la vita» (Mai). Anche la logistica oggi non può fare a meno dell'innovazione tecnologica: a meno di 2 km dal Centergross si trova l'Interporto con magazzini «completamente robotizzati, automatizzati e governati da informatici in abito bianco, dove l'innovazione tecnologica dei processi permette di gestire cifre enormi di prodotti mobilitati in tempi brevissimi, garantendo qualità alle nostre imprese» (Spinedi). Un secondo aspetto molto importante evidenziato da più parti è quello economico: Centergross è un volano per l'economia sia regionale che nazionale e le istituzioni lo hanno compreso. «Le imprese moda nella città metropolitana esportano in tutto il mondo e quelle del Centergross ricoprono un ruolo di primo piano nella diffusione del marchio Italia all'estero, visto che il 60% degli scambi commerciali delle imprese del Centergross avviene con paesi esteri, in particolare verso l'Asia, UE, Stati Uniti e Medio Oriente. Tutto questo si concretizza in due dati che rappresentano il ruolo fondamentale del Centergross nel contesto dell'economia sia regionale che nazionale: l'export di queste imprese rappresenta l'11% del totale dell'export dell'Emilia-Romagna e quasi il 13% delle esportazioni nazionali» (Merola). Sia la città metropolitana che la regione hanno quindi riconosciuto la necessità, come istituzioni locali, di impegnarsi a sostenere questo importante settore economico a cominciare da un'oppo-

tuna ristrutturazione per un'accessibilità sicura, funzionale e sostenibile. Da questo punto di vista, indispensabile supporto per aziende a forte vocazione internazionale è poi l'aeroporto: quello di Bologna è fra i primi cinque aeroporti in Europa per connettività, quindi può dialogare ed è in collegamento con tutto il mondo. Per questo «investirà nei prossimi 5 anni una cifra di 250 milioni di euro per l'adeguamento della propria infrastruttura di terra. L'investimento sarà sul terminal, i parcheggi e le aree di sosta. Tutto volto al comfort del viaggiatore. Vediamo picchi di arrivi in occasione dei grandi eventi della città, come fiere e congressi, un elemento forte che riguarda anche il Centergross, perché il fast fashion sta positivamente influenzando tutto il segmento del programmato e del lusso: si è passati dalle due uscite stagionali programmate a quattro e poi a sei. I voli in incoming crescono, c'è la tendenza a chiamare il buyer più volte l'anno. La interconnessione tra Centergross e aeroporto è per questo importante, per questo è importante crescere insieme nel territorio». (Postacchini). Nel suo intervento la presidente Gazzotti ha sottolineato che filiera e fast fashion sono la forza delle aziende della moda del distretto bolognese: «All'interno del Centergross c'è tutta la filiera che realizza il prodotto velocemente avendo a disposizione tutto il necessario per costruire la collezione. Non possiamo spostarci perché è da qui che nasce, in una sola settimana, il nostro prodotto. Possia-

mo comunque ancora accogliere sempre più buyer da tutto il mondo». La presidente, anche se solo *en passant*, ha messo poi in evidenza che sul piano dell'innovazione dovrà essere sempre più cogente il legame tra Università e impresa: se, come è naturale, l'obiettivo delle imprese è creare, mantenere, difendere un vantaggio competitivo, diventa fondamentale la formazione di giovani con adeguate competenze. Su questo tema della formazione *ad hoc* è in piena sintonia la professoressa Grimaldi: «Innovare una impresa, a mio avviso significa, renderla unica. La vera sfida oggi quindi è coniugare velocità e unicità. A commento della serata Paolo Giacomini direttore QN Quotidiano Nazionale e il Resto del Carlino si è così espresso: «Un'innovazione tecnologica si può dire produca una rivoluzione industriale quando esce dall'ambito specifico nella quale è nata e pervade tutti gli altri settori dell'economia. Gli attori, i protagonisti presenti oggi, hanno raccontato storie che sono diretta testimonianza di questo. Abbiamo parlato di moda, anzi di moda veloce, ma ci siamo trovati a discutere di logistica, di reti di imprese, di industria 4.0, di e-commerce, di influencer e di mercato, di formazione e di nuove professioni. Abbiamo parlato di Fashion Valley per stare sul mercato globale. Difficile pensare a qualcosa di più pervasivo. Difficile non rimanere affascinati dal percorso compiuto e dalle sfide future, con il loro carico di incognite e possibilità.» ♦

ITA
ITALY TRADE AGENCY
ICE Agenzia per lo sviluppo internazionale
ICE International Centre for Entrepreneurship

centergross
SOLUTIONS
WE WORK FOR YOUR BUSINESS

CNA Federmoda

Fashion
Digital
rEvolution
il nuovo humus per l'export

Da marzo a maggio 2019 Centergross ospiterà la seconda edizione di "Fashion Digital Revolution", il percorso formativo organizzato da ICE-Agenzia, in collaborazione con CNA Federmoda, destinato a 30 PMI italiane del settore fashion interessate a rafforzare, approfondire e sviluppare le proprie competenze sui mercati esteri tramite una formazione mirata sul digitale.
Maggiori informazioni su www.centergross.com

Una storia di famiglie

Serata di gala nella splendida cornice di Palazzo Belloni per presentare il secondo volume della collana editoriale *Centergross. Una storia di famiglie. Racconti di imprese straordinarie*

25 ottobre 2018. Un repertorio di musiche di Rossini a cura del Conservatorio di Musica Giovan Battista Martini di Bologna, come omaggio al grande compositore di cui ricorrono i 150 anni dalla morte, ha aperto la serata nella prestigiosa cornice di Palazzo Belloni. Un sentito ringraziamento alla presidente del conservatorio prof.ssa Jadranka Bentini per avere suggerito e organizzato l'esibizione.

Ospiti dell'evento - fra gli altri - la vicepresidente della Regione Emilia-Romagna e assessore alle politiche di welfare e politiche abitative, Elisabetta Gualmini, il presidente di Confcommercio Ascom Bologna e dell'Aeroporto di Bologna, Enrico Postacchini, e Raffaella Pannuti, presidente di Fondazione ANT Italia Onlus. A fare gli onori di casa la presidente di Centergross, Lucia Gazzotti.

Occasione della serata la presentazio-

ne del secondo volume di *Centergross. Una storia di famiglie. Racconti di imprese straordinarie*, a cura di Antonella Zangaro, stampato da Bonomo Editore, progetto editoriale a cura di OMNIA Relations con lo staff di Centergross, Studio Fuoribordo e L.UN.A. Libera Università delle Arti. Come la precedente, edita nel 2017 in occasione del 40° anniversario dell'inaugurazione del distretto, questa seconda pubblicazione racconta, attraverso altri 40 ritratti, il passato e il presente del Centergross, dando spazio non solo alla moda e al tessile, ma alla pluralità di settori (tra cui servizi, alta tecnologia, meccanica, logistica) presenti all'interno del distretto. E seguiranno altri volumi per raccogliere, come si faceva negli album di foto di famiglia, i ritratti delle imprese straordinarie che con il loro lavoro danno vita e vitalità al distretto. La storia del Centergross coincide infat-

ti con quella delle famiglie che hanno creato, sviluppato e consolidato questa realtà aggregativa veramente unica, aziende ma soprattutto persone che hanno scommesso su questo modello imprenditoriale e hanno contribuito a costruirlo, anno dopo anno: i pionieri, che negli anni '70 precorsero i tempi e, con lungimiranza e coraggio, diedero il via all'impresa e la realizzarono in soli quattro anni, e le oltre 600 imprese che, unendosi successivamente e in tempi diversi al progetto, oggi operano all'interno del Centergross rendendolo sempre più forte, dinamico e conosciuto in Italia e all'estero. In filigrana, attraverso le loro storie, si scopre come, all'interno di un tessuto produttivo come quello italiano, frammentario e disomogeneo, sia possibile mantenere la propria identità di piccola impresa familiare senza perdere competitività: si può facendo squadra. «La forza di Centergross è la



Francesco Ricci, pianoforte.



Chuanqi Xu, baritono.



Yanan Ning, soprano.



Elisabetta Gualmini, Vice presidente della Regione Emilia-Romagna e assessore alle politiche di welfare e politiche abitative.



Lucia Gazzotti, Presidente Centergross.



Enrico Postacchini, Presidente Aeroporto G. Marconi Bologna.



Paolo Giacomini, Direttore QN Quotidiano Nazionale e Il Resto del Carlino.



Raffaella Pannuti, Presidente Fondazione ANT Italia Onlus.



Antonio Farnè, Caporedattore TGR RAI ER.



Natascia Ronchetti, giornalista.



Gianfranco Bernabei, Questore di Bologna.



Giuseppe Colonna, Presidente Corte d'Appello di Bologna



Piero Scandellari, Vice presidente Centergross.



Soci e Operatori di Centergross durante la Cena di Gala.

condivisione di uno spazio al contempo fisico – un milione di metri quadrati alle porte di Bologna – e progettuale: l'unione permette a tante piccole e medie imprese a carattere familiare, che rappresentano oltre al fashion una ventina di settori merceologici, di muoversi agilmente in uno scenario globale» spiega la presidente Lucia Gazzotti. Centergross funziona infatti come una vera e

propria città, una città del commercio: un intreccio di servizi e rapporti di tipo economico e istituzionale che contribuiscono a dar maggior valore alle aziende a livello locale, nazionale e internazionale; un intreccio di relazioni umane e rapporti che contribuiscono a dare maggior valore alle persone. La serata si è conclusa nel segno della solidarietà: a suggellare lo storico legame che unisce

ANT – la più importante realtà italiana per l'assistenza domiciliare ai malati di tumore – al Centergross, ad ANT è stata destinata un'importante donazione di 10.000 euro in occasione dei 40 anni della fondazione e nel ricordo commosso del suo fondatore, prof. Franco Pannuti, oltre che del Presidente fondatore del nostro Centergross, Salvatore Barbiera. ♦

Centergross e ANT



Lucia Gazzotti, Presidente di Centergross, consegna a Raffaella Pannuti, Presidente Fondazione ANT Italia Onlus, l'assegno di 10.000 Euro a titolo di donazione in occasione del 40° compleanno della fondazione.

Momento clou della serata a Palazzo Belloni, la conferma dell'antico e consolidato rapporto tra Centergross e Fondazione ANT, la più ampia realtà non profit italiana per attività gratuite di assistenza medico-sanitaria domiciliare ai malati di tumore e di prevenzione oncologica, un rapporto che il distretto ha scelto di consolidare con una importante donazione di 10.000 euro, in occasione dei primi 40 anni della fondazione e nel ricordo commosso del suo fondatore, prof. Franco Pannuti, oltre che del Presidente fondatore del nostro Centergross, Salvatore Barbiera. «È davvero una storia di lunga data quella che ci lega a Centergross. ANT è nata a Bologna 40 anni fa su iniziativa di mio padre il professor Franco Pannuti - ha dichiarato dal palco la presidente di ANT Raffaella Pannuti - Ma se quella visione dell'ospedale che va a casa dei malati ha potuto diventare la realtà che è oggi, lo dobbiamo anche e soprattutto alla prima importante donazione che ANT ricevette proprio dal Centergross». ♦

Premio Eubiosia



La cerimonia di assegnazione del Premio Eubiosia 2018.

Questo premio è il riconoscimento simbolico che la Fondazione ANT ogni anno, a novembre, destina ai propri grandi sostenitori e che nel tempo si è consolidato come momento di incontro e confronto sul tema della responsabilità sociale d'impresa, un tema molto sentito da Centergross, da sempre un sostenitore importante di ANT. «Per ANT questa è un'occasione molto importante perché è la giornata dedicata ai nostri benefattori». Con queste parole la presidente di Fondazione ANT Italia Onlus Raffaella Pannuti ha aperto l'incontro, aggiungendo: «Ogni edizione del Premio si è arricchita nel tempo di contributi fondamentali che ci hanno permesso di arrivare a oggi ancora più maturi e forti... La lotta contro il dolore e la solitudine insite nelle malattie oncologiche, croniche e invalidanti è e resterà sempre la nostra missione». ♦



Intervista a Elisabetta Gualmini

Vicepresidente Regione Emilia-Romagna e candidata
alle elezioni europee del 26 Maggio 2019.

Lei è una donna molto determinata che ha scelto di fare politica pur avendo una professione precedente di alto livello...

Ebbene sì, ho conseguito la laurea in Scienze Politiche e maturato varie esperienze di studio all'estero, da Berlino a Londra, sino alla California. Il mio percorso è proseguito con la ricerca e l'insegnamento presso l'università di Milano prima e di Bologna poi, tanto che già nel 2005 ero professore ordinario in Scienza della Politica. Contestualmente, nel 2011 ho assunto la carica di presidente della Fondazione di ricerca "Carlo Cattaneo", che propone analisi e approfondimenti su temi legati alla politica, all'attualità e alle specificità dei contesti locali. Un'esperienza quest'ultima che mi ha profondamente arricchita, facendo crescere in me una forte passione per la politica e l'amministrazione del territorio, portandomi poi ad accettare la sfida della vicepresidenza della Regione Emilia-Romagna offertami da Stefano Bonaccini. In Regione ho incontrato moltissime persone, categorie fragili come anziani e disabili, famiglie in difficoltà, minori e adolescenti; ho cercato di ascoltare e di risolvere i loro problemi, impegnando risorse e progetti molto concreti.

Come giudica la sua esperienza di questi anni in Regione Emilia-Romagna?

Molto stimolante e costruttiva: un conto è discutere di politica sul piano teorico, un conto è amministrare un territorio così ricco e pieno di energie come l'Emilia-Romagna e misurarsi quotidianamente con i problemi veri delle persone che in quel territorio vivono. Occorre un grande senso di responsabilità e anche uno spirito pragmatico per poter essere all'altezza di una regione che cresce, esporta e si sviluppa, sempre tra le prime in Italia. Ho lavorato molto intensamente per alleviare le disuguaglianze, per rendere migliore la qualità di vita dei cittadini e per mantenere e alimentare servizi alla persona utili per tutti.

Come giudica la sua esperienza di questi anni in Regione Emilia-Romagna?

Lo ripeto spesso, un bravo amministratore non può e non deve accontentare tutti, deve individuare alcune priorità d'azione e lavorare concretamente su di esse. E così ho cercato di fare io stessa, individuando tre direttrici fondamentali nel mio mandato. La prima quella che ha riguardato **il patto per il lavoro e lo sviluppo, che ha voluto dire promozione dell'occupazione e riduzione della disoccupazione, incentivi ai distretti più innovativi della regione, tra cui anche quello della moda, e aiuti all'internazionalizzazione delle**

imprese. Il secondo asse ha riguardato tutte le politiche a favore della famiglia, dagli investimenti sugli sportelli scolastici di ascolto, alle scuole per genitori e adolescenti, alla nuova legge sugli asili nido e le scuole dell'infanzia. I contributi alle famiglie per i centri estivi sono stati e sono un'innovazione di cui vado molto fiera perché non esistevano prima di noi in regione. Infine ho lavorato molto sui servizi alla persona, dalle strutture e politiche per gli anziani e la domiciliarità, ai servizi per l'infanzia e la famiglia, ai servizi per le madri che lavorano, ai laboratori di inserimento per disabili.

In che modo il tema delle infrastrutture è stato affrontato in Regione? A noi sta particolarmente a cuore la questione della viabilità in zona Centergross...

Come Regione abbiamo lavorato molto sul tema delle infrastrutture ritenendole un tassello fondamentale per la crescita e lo sviluppo economico del nostro territorio, nella consapevolezza che un contesto risulta più attrattivo rispetto a nuovi investimenti quando presenta un sistema infrastrutturale adeguato, efficiente ed innovativo. Volendo citare alcuni dati: dal 2015 ad oggi sono stati 3mila i posti di lavoro creati da cantieri per oltre 1 miliardo di euro e per il 2019-2020 è in programma l'avvio di cantieri per realizzare opere infrastrutturali

viarie per oltre 5 miliardi di euro. Per quanto riguarda il nuovo riassetto del nodo di F'uno (opera connessa al nodo di Bologna a carico di Autostrade per l'Italia), partiranno i lavori per:

1. realizzazione di una rotatoria in corrispondenza dell'uscita del Centergross sulla S.P. 45 Saliceto;
2. la realizzazione di una nuova rotatoria sulla rotonda del Segnatello e della bretella di collegamento alla viabilità di accesso al Polo Funzionale Interporto;
3. la realizzazione di una rotatoria in corrispondenza dell'incrocio tra la S.P.3 e la S.P.4 Galliera.

Siamo convinti che occorra spingere in questa direzione e accelerare, perché una buona viabilità significa una buona qualità di vita delle persone.

Non possiamo non citare la Fashion Valley: quale impegno la Regione ha profuso in questo ambito?

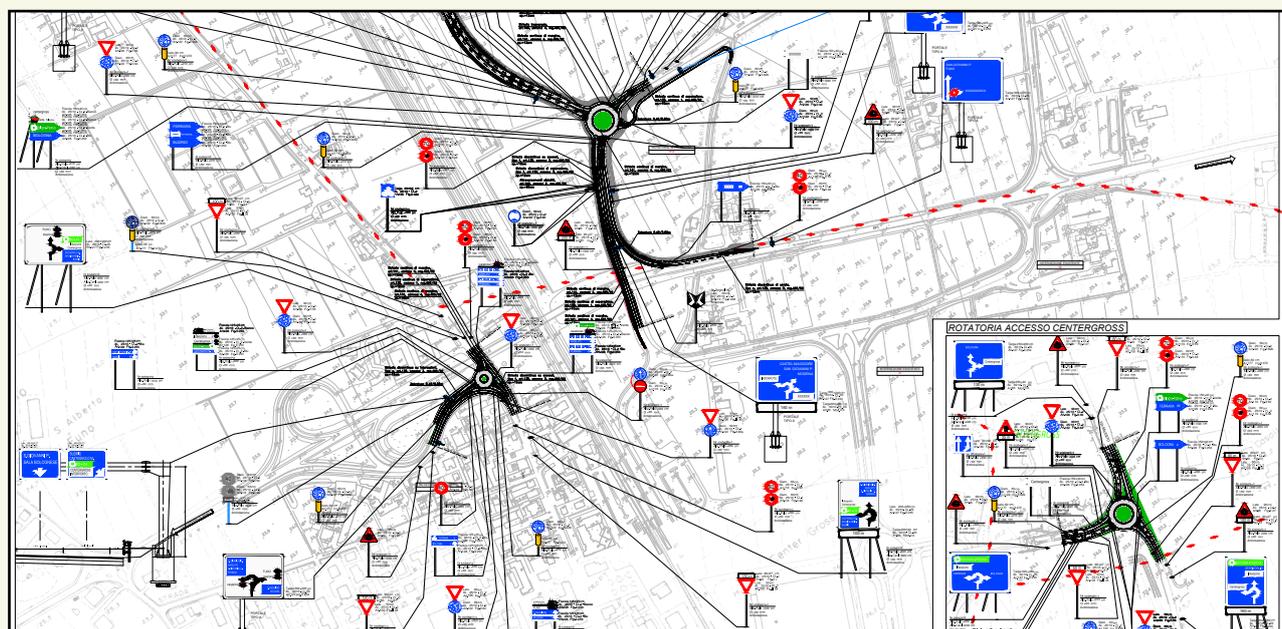
Il progetto Fashion Valley nasce dalla rilevanza del settore moda nel sistema economico emiliano romagnolo, quarto pilastro dopo il food, il motor e il wellness. Si tratta di un progetto di valorizzazione territoriale che mira a connettere le eccellenze, una rete tra i marchi e le imprese di subfornitura che si distribuisce in tutto il territorio regionale, da Piacenza a Rimini, in grado di rilanciare produzioni di qualità unica, il cui valore è noto e riconosciuto a livello nazionale ed internazionale.

Per farlo la Regione promuove il sostegno ai processi di innovazione dell'intera filiera, anche in ottica di digitalizzazione della stessa, e di apertura ai nuovi mercati globali; il supporto per favorire la conoscenza e l'accesso a finanziamenti pubblici per l'innovazione di livello europeo o a possibili incentivi; azioni di networking, contaminazione e permeazione tra imprese della filiera e di settori diversi quali ad esempio il turismo; interventi a favore della crescita di competenze del sistema regionale del fashion. Crediamo molto in questo comparto che fonda la sua competitività su un mix fra qualità, creatività, legame ai territori e ai saperi locali, capacità di adattamento ed innovazione. La vera sfida oggi è valorizzare appieno il nostro sistema moda rispettandone identità, saper fare ed origini.

Abbiamo fatto un accenno all'importanza del processo di internazionalizzazione per le imprese locali, partendo da questo le chiederei di chiudere con un breve richiamo all'Europa...

La crisi ha costretto le nostre imprese ad allargare gli orizzonti e a cercare nuovi sbocchi commerciali in un mercato che si sta contraendo. Oggi risulta impossibile concentrarsi solo sul mercato interno, anche per le PMI, e il processo di internazionalizzazione è sempre più importante, come dicevamo già prima. Internazionalizzare rappresenta una fondamentale modalità

con cui l'impresa crea valore, estende il proprio vantaggio competitivo, remunera le risorse investite e accede a nuove opportunità e mezzi per la crescita. Un percorso complesso che va sostenuto ed accompagnato. Farlo significa però porsi in un'ottica di apertura verso l'Europa, l'Italia non può isolarsi ed essere isolata, soprattutto per una Regione come la nostra che ha fatto dell'export uno dei suoi punti di forza. **L'Emilia-Romagna è infatti fra le prime 10 aree geografiche esportatrici d'Europa: le vendite all'estero di beni e servizi delle sue imprese hanno raggiunto livelli record nel 2018, arrivando a 63 miliardi di euro (+5,7% sull'anno precedente), con lo storico sorpasso sul Veneto (che pure vanta una performance d'eccellenza e ha mezzo milione di abitanti in più) e il primato italiano per valore pro-capite, che ha superato i 14mila euro.** Rinnegare l'Europa è una soluzione ingannevole e profondamente sbagliata. Ricordiamo che molti dei fondi e dei contributi che arrivano sui nostri territori provengono dall'Unione Europea e la nostra Regione è ai primi posti per l'utilizzo di questi stessi fondi. A partire dal 2014 sono già stati finanziati e pagati interventi per un valore di 1,4 miliardi di euro con i Fondi Fesr (Fondi europei di sviluppo regionale), Fse (Fondo sociale europeo) e Psr (Programma di sviluppo rurale), che raggiungeranno i 2,5 miliardi di euro nel 2020. ♦



Un coperto all'avanguardia per l'Asta Servizi

Importanti interventi di manutenzione sul coperto dell'Asta Centrale

Gli interventi sulla copertura dell'Asta Servizi si sono resi necessari per sistemare il manto impermeabile ed i lucernari giunti a fine ciclo di vita e per far fronte alle evoluzioni impiantistiche degli ultimi anni che hanno visto il coperto sempre più area tecnologica all'aperto. Come prima cosa si è resa necessaria una riproduzione fedele dello stato di fatto del coperto. Per ottenere il miglior risultato possibile, vista anche la complessità degli impianti e dei manufatti presenti, si è proceduto con un rilievo topografico dell'intera superficie mediante l'utilizzo di strumentazione GPS in modalità real time kinematics. Dopo aver installato una base GPS completa di radio per la correzione differenziale, si è proceduto al rilievo di dettaglio mediante l'utilizzo di due ricevitori Rover.

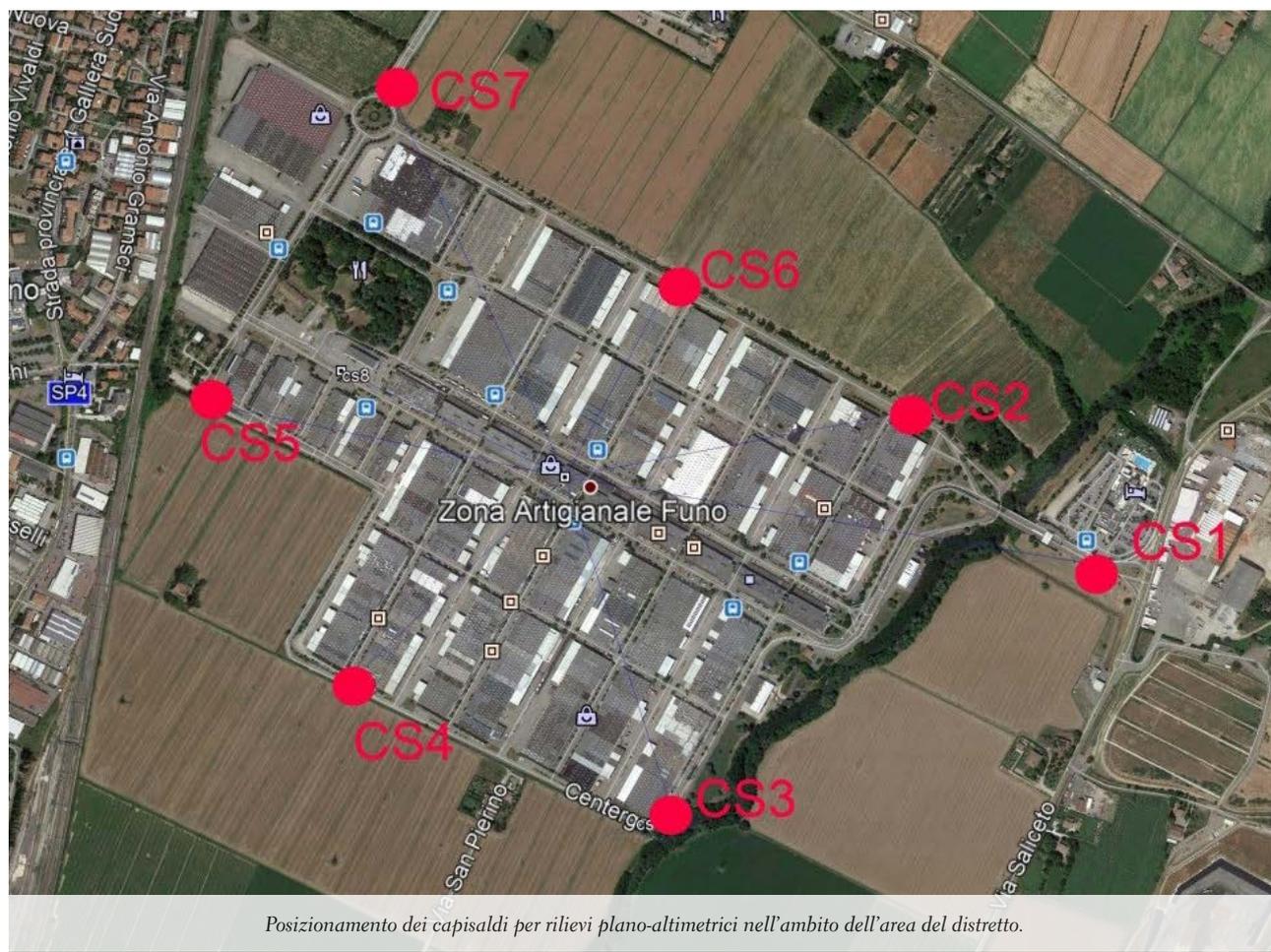
L'utilizzo del sistema GPS è risultato particolarmente adatto per questo tipo di rilievo data la notevole ampiezza della superficie da rilevare: con un solo stazionamento del ricevitore base, sempre sullo stesso caposaldo, si è riusciti ad effettuare

il lavoro. Terminato il collegamento mediante una sessione di rilievo in modalità statica si sono emanate le coordinate ai capisaldi precedentemente materializzati nell'ambito dell'area del Centergross. I capisaldi dal CS1 al CS7 potranno essere utilizzati anche per eventuali attività di rilievo future mantenendo la conformità normativa.

Questo modo operandi ha permesso di ottenere un preciso rilievo plano-altimetrico di tutti gli elementi fissi e mobili presenti sulla copertura dell'edificio Asta Servizi, che con lo scarico dei dati ed il postprocessing ha generato un file in formato AutoCAD DWG, successivamente integrato, uniformato e completato utilizzando i dati ottenuti dai rilievi puntuali dell'impiantistica, dei vari manufatti e dei vani scala e vani tecnici presenti.

Oltre agli elaborati grafici, ci si è premurati di mappare tutti i componenti impiantistici e non, identificandoli con i dati tecnici di targa bordo macchina e relativo reportage fotografico. Con un semplice click sul file di mappatura è possibile ve-

dere le fotografie di ogni impianto e manufatto presente. Il rilievo di dettaglio, ha confermato che il manto impermeabile era giunto a fine ciclo di vita. Si presentavano anche fenomeni di reptazione (l'ondulazione o il corrugamento dell'elemento di tenuta impermeabile) e trazione del manto tra piano orizzontale e risvolti verticali, dai quali iniziavano a generarsi problemi di infiltrazioni d'acqua all'interno dell'edificio. L'intervento per il ripristino delle funzionalità del manto impermeabile, oltre che per la sistemazione dell'impiantistica presente sul coperto dell'edificio dell'Asta Servizi, si è imposto dunque all'attenzione come necessario e non più procrastinabile. La documentazione prodotta tramite le attività di rilievo sopra descritte si è rivelata basilare per indire una specifica gara di appalto, avente la finalità di tracciare le linee guida alle quali le ditte chiamate a partecipare hanno dovuto riferirsi nell'elaborazione della loro proposta progettuale. Alle ditte è stata lasciata ampia possibilità di proporre soluzioni tecniche avanzate ed in-



Posizionamento dei capisaldi per rilievi piano-altimetrici nell'ambito dell'area del distretto.

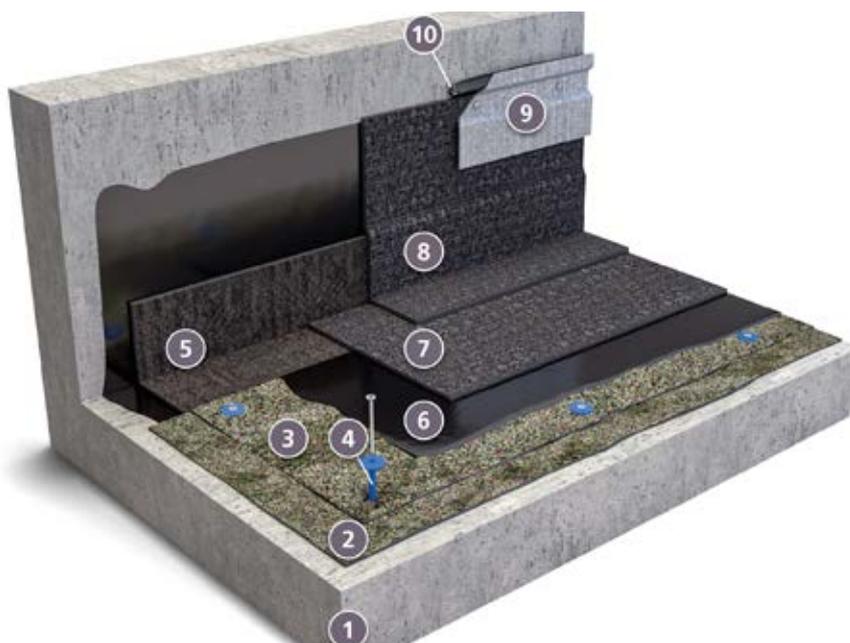
novative in materia di impermeabilizzazioni e lucernari. Dal punto di vista tecnico, la scelta è ricaduta sul sistema a freddo che prevede l'uso di collanti bituminosi per l'aderenza totale del manto al supporto esistente, previa esecuzione su quest'ultimo di un'accurata pulizia e fissaggio meccanico al solaio di copertura mediante viti per calcestruzzo e manicotto telescopico di opportuni diametro e lunghezza, al fine di creare un piano idoneo a ricevere il nuovo sistema impermeabile. Il sistema consente un'eccezionale resistenza all'azione negativa del vento.

Il letto di collante bituminoso sul quale è stato installato il manto impermeabile resta infatti permanentemente allo stato plastico, permettendo al manto di non subire tensioni o alterazioni derivanti da eventuali movimenti del supporto. Sopra il collante bituminoso è stata stesa una membrana biarmata da 4 mm., flessibilità a freddo -25°. Le membrane biarmate sono state rinforzate con

un'armatura in nontessuto di poliestere accoppiato ad un velo di vetro rinforzato. Il nontessuto di poliestere garantisce un'ottima resistenza meccanica, alla lacerazione ed al punzonamento, mentre il velo vetro raschiato, collocato sulla faccia a vista della membrana, impedisce la deformazione del nontessuto in poliestere durante la produzione, azzerando qualsiasi ritiro dopo la messa in opera.

Il velo vetro raschiato inoltre garantisce alla membrana un'eccezionale resistenza ai raggi U.V. e nello stesso tempo ne migliora la resistenza al calpestio ed al traffico di cantiere. La finitura superficiale inferiore è in tessuto di polipropilene "Uptex", mentre la finitura superficiale superiore è in spolvero minerale antiaderente. Queste caratteristiche rendono le membrane biarmate resistenti all'invecchiamento e la speciale miscela, grazie alla sua elevata capacità adesiva, garantisce inoltre considerevoli vantaggi in fase di messa in

opera. Particolare attenzione è stata posta per ridurre l'impatto dell'irraggiamento solare sulla nuova copertura. Infatti, sebbene la guaina biarmata garantisce già un'ottima resistenza ai raggi U.V., si è deciso di applicare sul manto impermeabile una verniciatura in emulsione acquosa bianca altamente riflettente - con indice di riflettanza solare SRI 150 - posata in opera in due mani incrociate in ragione di circa 0,250 kg/mq per mano, mediante pompa airless su tutta la superficie piana e con rullo/pennellessa in corrispondenza dei particolari, dei bordi e di tutti i rilevati. L'intervento ha coinvolto anche i lucernari che sono stati tutti rialzati di cm. 25 con basamenti in lamiera preverniciata sp. 12/10 coibentata con poliuretano espanso sp. 50 mm. Sono state inoltre installate nuove cupole monolitiche a forma bombata realizzate per termoformatura di lastra in polycarbonato rinforzato alveolare mm. 16 multiparete e sono state inserite reti anticaduta certifi-



Sezione del nuovo manto impermeabile con guaina biarmata del coperto dell'Asta Servizi.

- | | |
|--|--|
| <ol style="list-style-type: none"> 1. Struttura di copertura edificio in elementi in CAP (cemento armato precompresso) 2. Manto impermeabile esistente (primo strato) 3. Manto impermeabile esistente ricoperto con scaglie di ardesia (secondo strato) 4. Fissaggio meccanico al solaio di copertura con viti per calcestruzzo e manicotto telescopico 5. Rinforzo angolare per risvolti eseguito con membrana biarmata da 4 mm. flessibilità a freddo -25° 6. Strato di collante bituminoso | <ol style="list-style-type: none"> 7. Manto impermeabilizzante con membrana biarmata da 4 mm. flessibilità a freddo -25° 8. Risvolti verticali con membrana biarmata da 4 mm. flessibilità a freddo -25° 9. Lattoneria in alluminio a protezione della membrana biarmata 10. Profilo per il fissaggio dei risvolti verticali con membrana biarmata |
|--|--|

cate a norma in acciaio zincato per l'adeguamento alle vigenti leggi in materia di sicurezza e rischio caduta dall'alto. Il nuovo sistema di basamento e cupola ha notevolmente migliorato la trasmittanza termica dei lucernari. A completamento dell'intervento sono state sostituite le lattonerie perimetrali copri muretto, le scossaline sui risvolti e si è provveduto alla sistemazione e riverniciatura dei torrini multifunzione. Si è inoltre provveduto allo smantellamento degli impianti non più in uso, alla posa di nuove canalizzazioni elettriche e ad altre opere di finitura. *Last but not least*, il sistema impermeabile adottato consentirà al Centergross di ottenere una garanzia postuma di 10+5 anni da parte di primaria compagnia assicurativa, oltre al fatto che nel contratto d'appalto stipulato con l'Impresa Aggiudicataria (Bononia – Sistemi Impermeabili Srl) è compreso un piano manutentivo di 5 anni dalla data di ultimazione dei lavori. ♦



Torrini multifunzione prima e dopo l'intervento di sistemazione.

DOTTOR SCANDELLARI, IN QUANTO VICE PRESIDENTE TUTTO PASSA DA LEI QUI AL CENTERGROSS: ATTIVITÀ AMMINISTRATIVE E COMMERCIALI, DI RAPPRESENTANZA, INCONTRI CON AUTORITÀ E OPERATORI, LA GESTIONE DELLE PROFESSIONALITÀ INTERNE E ANCHE L'ORGANIZZAZIONE PER I LAVORI DI MANUTENZIONE DELLE STRUTTURE - CHE ADESSO SONO IN "WORK IN PROGRESS" COME ABBIAMO VISTO. LEI DEVE ESSERE MOLTO BRAVO AD OCCUPARSI DI TUTTO POICHÉ È CONFERMATO IN QUESTO STATUS DIRIGENZIALE GIÀ DA BEN TRE MANDATI CONSECUTIVI.

L'attività del vice presidente del Centergross ferisce sempre e non finisce mai. Le problematiche da risolvere non mancano, come la disponibilità da parte mia, anche quella che mi ha portato ad accettare la nomina e le successive riconferme - me lo lasci dire - in questo impegnativo ruolo.

Il Centro è enorme, i Soci e le Aziende tantissime, le situazioni da gestire sempre molto laboriose e non mancano visuali diverse per ogni circostanza. Dunque occorrono anche capacità, abilità e discrezione per venire fuori risolvendo le questioni senza scontentare nessuno e mantenere l'ambiente sereno e collaborativo.

DOTT. SCANDELLARI, LA SUA AZIENDA SI OCCUPA DA OLTRE SETTANT'ANNI DI UTENSILERIA MECCANICA DI PRECISIONE E ATTREZZATURE DI ALTISSIMA TECNOLOGIA. "LA CONTINUA SPINTA EVOLUTIVA DOVUTA AI COSTANTI INTERSCAMBI CON TUTTA EUROPA - COME SI LEGGE NEL VS. SITO - PROIETTANO LA VOSTRA TRADIZIONE NEL FUTURO". CI ACCENNA QUALCOSA IN MERITO?

Se siamo presenti dal 1948 in un mercato che cambia di continuo, vorrà dire che ci siamo mossi bene. La meccanica è un settore di grande

specializzazione che richiede molte capacità ai dirigenti e altissima professionalità al personale per non perdere nel costante confronto con i paesi più progrediti come la Germania. Oggi la meccanica sta subendo un rallentamento per la mancanza di propensione all'attività di officina da parte dei giovani che sono sempre meno e oltretutto non sono preparati come si dovrebbe dalle scuole. I genitori iscrivono i figli al liceo, classico piuttosto che scientifico, apprezzando meno gli istituti tecnici, più per motivi psicologici che altro; anche il professor Prodi in un convegno ha puntato il dito sulle scuole: tanto che in quell'occasione raccontò di essere andato al Ministero della pubblica istruzione facendo presente la necessità di avere più ragazzi "tecnici" e che perciò sarebbe stato opportuno, per una questione "psicologica", cambiare la denominazione degli istituti tecnici in "liceo tecnico"... Ma quel suo intervento non è mai stato premiato! E oggi ci troviamo ancora con una grande carenza di tecnici: in Italia, per esempio, dalle scuole ne prepariamo 8000 mentre in Germania ben 800 mila! Lì l'approccio è proprio strutturato diversamente: studiano, fanno pratica e intanto lavorano, programmano tutte le attività con obiettivi precisi. Noi siamo sicuramente ottimi creativi, ma pessimi programmatori rispetto ai tedeschi. E pensare che il triangolo Lombardia, Veneto, Emilia Romagna, per la manifattura meccanica, assieme alla Baviera, è il top dell'Europa come qualità e giro d'affari. L'Italia come paese manifatturiero è ancora importante, ma sta perdendo professionalità in confronto a Giappone, Israele, rispetto alla Svizzera, alla Francia e, appunto, alla Germania e se non si produce bene, si va verso il declino.

DOTTOR, QUANDO SIEDE SULLA POLTRONA DEL CENTERGROSS - LA CITTADELLA DEL FASHION MADE IN ITALY, CAPITALE DEL MONDO COLORATO E CREATIVO DELLA MODA ITALIANA - COSA



DEL SUO BACKGROUND L'AIUTA NELLA NON FACILE GESTIONE DI QUELLE PROBLEMATICHE?

Nel fashion la fantasia, l'immagine, la comunicazione, questa in particolare è primaria, soprattutto adesso con l'avvento dei social network. Questi sono elementi assolutamente più forti rispetto a quelli del mondo da cui provengo della meccanica di precisione ad altissima tecnologia. Certo l'esperienza personale aiuta: come fare affari e come "fare rete", vale nel fashion come in tutti i settori. E anche qui bisogna contare su una grande professionalità perché dove la concorrenza premia solo i più capaci, gli altri, restano indietro. E noi, invece, modestamente, siamo avanti! Lavorando nel mondo della moda, l'immagine è importante e la sicurezza pure.

AL CENTERGROSS SI STANNO ESEGUENDO INTERVENTI DI MIGLIORAMENTO TECNICO E STRUTTURALE, IN UN CERTO QUAL MODO IL CENTRO SI RIFÀ IL LOOK: COME CONIUGA L'ESTETICA E LA MESSA A NORMA DEGLI IMPIANTI CON L'ESECUZIONE OTTIMALE DEI LAVORI DI ADEGUAMENTO?

Cogliendo l'occasione del lifting generale, ci stiamo occupando un po' di tutto. Dopo 40 anni era doveroso intervenire specie sulle strutture per l'inevitabile ammodernamento, intrinseco ed estetico - per il verde

nei vialetti e l'architettura urbana, con nuovi cartelli stradali, panchine, cestini - funzionale - come per l'impianto di depurazione acque - e tecnologico - per l'illuminazione, con l'inserimento dei "led" che grazie al risparmio che consentono, si ripagano da soli il costo dell'operazione - e anche per la sicurezza - con l'installazione di telecamere, per sorvegliare i 27 Km di strade che si snodano dentro al Centergross. Di questo e di altro, sempre inerente il controllo generale, se ne occupa il nostro Stefano Bigi, ottimo professionista che sta lavorando alla messa in funzione di un pannello raggiungibile anche on line, manovrabile con un software specifico, che consentirà di rilevare la situazione di tutti gli impianti in tempo reale, senza perdite di tempo. Stiamo anche ottenendo il "CPI" (certificato di prevenzione incendi) dai Vigili del fuoco per le situazioni che lo richiedono, come i parcheggi. Poi, in collaborazione con Camst, stiamo rinnovando anche la mensa interna "Tavola amica" che sarà al passo con i tempi: in sala ci saranno pannelli indicativi con i dati nutrizionali dei piatti proposti nel menù, anche questo rivisto. Sarà inserito anche il sushi!

PER DETERMINARE COSA FARE, COME FARLO E DOVE, È STATA INDETTA UNA GARA?

Il Centergross indice gare per

qualsiasi lavoro da effettuare e le dirò che a queste gare partecipano molte imprese perché è noto agli interessati che il Centergross è ottimo cliente, affidabile e corretto nei pagamenti. E' per questo che otteniamo lavori di qualità, in tempi ottimali e a costi vantaggiosi.

SI SA CHE NEL NOSTRO PAESE GLI ASPETTI BUROCRATICI SONO, DICIAMO, "IMPEGNATIVI". ANCHE PER IL CENTERGROSS È COSÌ? PERMESSI E AUTORIZZAZIONI SI SONO OTTENUTI AGEVOLMENTE O NO?

Il primo problema in Italia credo non sia tanto il pagamento delle troppe tasse quanto proprio la burocrazia! Troppa per fare qualsiasi cosa! La presidente, Lucia Gazzotti, si è data un gran da fare per ottenere il permesso per la produzione, oltre a quello che avevamo già per la commercializzazione e, non con poca fatica, l'abbiamo ottenuto per il 50% della superficie dei singoli capannoni del Centergross, che adesso possono anche attivare una leggera produzione, ovviamente non inquinante, non rumorosa. La rotonda richiesta all'entrata principale del Centergross è stata autorizzata e finanziata. Speriamo che i lavori possano iniziare nel 2020.

AVRETE DOCUMENTATO LO SVOLGIMENTO DELLE VARIE OPERAZIONI. A LAVORI

ULTIMATI, PER RENDERE NOTO A TUTTI QUANTO REALIZZATO, AVETE PREVISTO UN MOMENTO PUBBLICO, MAGARI CON UN CONVEGNO - LA PARTECIPAZIONE DI STAMPA E TELEVISIONI - PER ANNUNCIARLO A SOCI, LORO CLIENTI E BUYERS?

Tutto è sempre comunicato a coloro che operano qui: assemblee, riunioni, newsletter e spesso organizziamo anche attività che abbiano riscontro all'esterno.

Nel 2017 in occasione delle manifestazioni per il quarantennale dell'inaugurazione del Centergross, la presidente Gazzotti ha ricordato alle autorità e agli ospiti presenti quanto fatto, nel corso degli anni ma anche negli ultimi tempi, e pure quello che si sta cercando di portare a compimento nel breve e lungo termine. A tal proposito, organizzeremo un evento per evidenziare l'appeal interessante che hanno gli immobili al Centergross per chi volesse aprire qui delle attività. Ormai quasi tutti sanno cosa si fa al Centergross, dove chi arriva qui per la moda, trova anche: bar, tabacchi, ristoranti, un asilo, la para farmacia, ufficio postale e altri servizi. Poi a mettere nero su bianco, c'è sempre l'house organ "Welcome in Centergross & Bologna"! Di sicuro non pecciamo in comunicazione! ♦

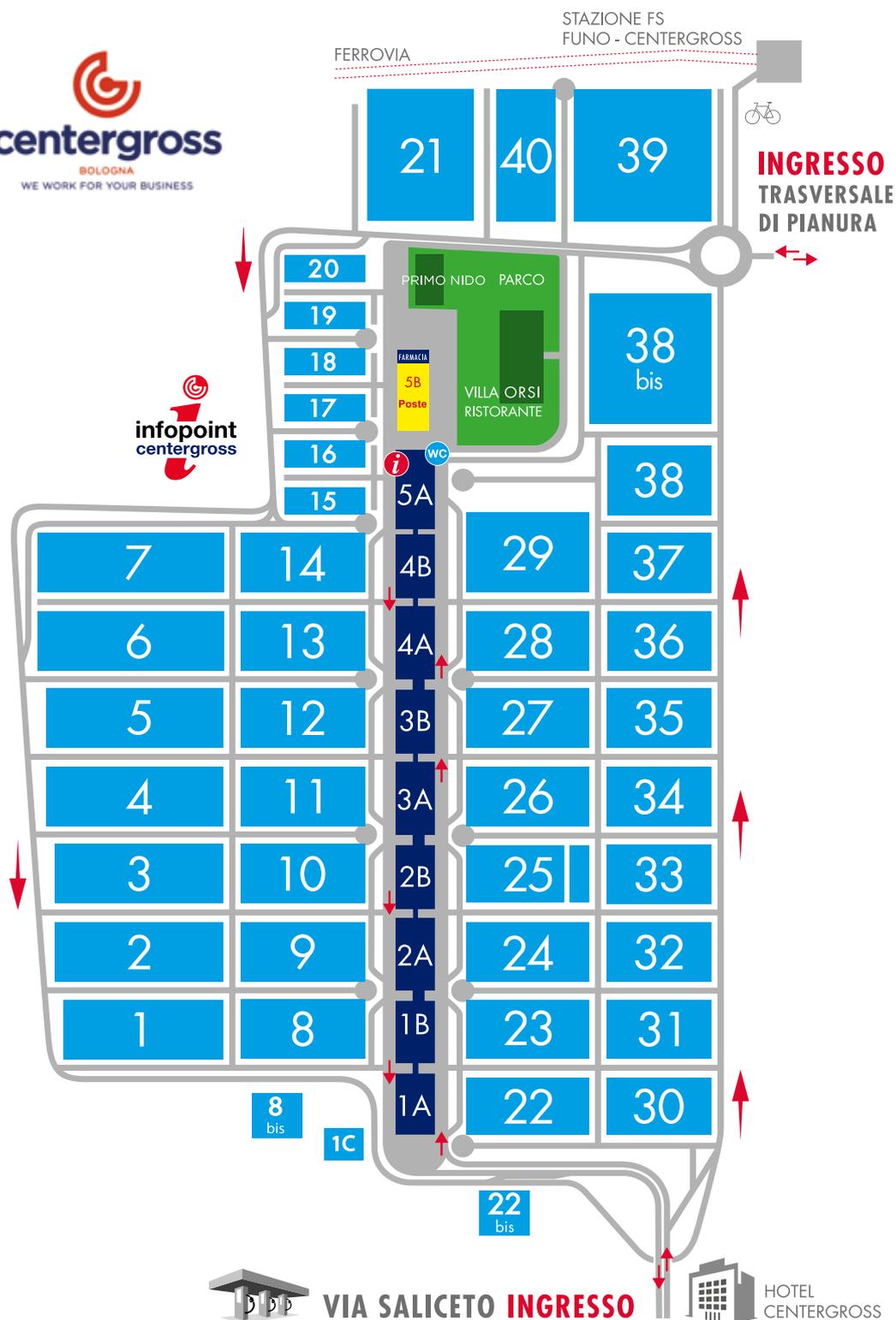


Manutenzione del manto erboso.



Nuovi lampioni a led "intelligenti".

Come Arrivare



IN AUTOMOBILE

AUTOSTRADA
A13 BOLOGNA-PADOVA
Uscita Casello:
Interporto/Centergross

IN AEREO

15' DI MACCHINA
DA AEROPORTO
GUGLIELMO MARCONI
BLQ

IN TRENO

STAZIONE DEDICATA
FUNO-CENTERGROSS
Bologna-Ferrara-Padova
Interporto/Centergross

IN AUTOBUS

TPER BOLOGNA
LINEA 95
LINEA 448

Terrorismo ecologico?

Il problema non è tanto la presenza o meno del motore diesel sulle nostre strade

Qualche decennio fa si diede il via ad una campagna propagandistica in favore del motore diesel. Non fu facile perché gli italiani non apprezzavano un granché questo tipo di automezzo dalle prestazioni non proprio "brillanti", buono per autotrasportatori – si diceva – per agenti di commercio e per chi usa il mezzo per lavoro. Poi la benzina continuò ad aumentare, l'industria automobilistica migliorò le prestazioni del motore diesel, si constatò che durava di più – e consumava di meno – dei motori a benzina e molti italiani si convinsero all'acquisto proprio per queste caratteristiche di maggior durata e minor consumo. Soprattutto come veicoli commerciali, ma non solo. E adesso? Adesso: "Contrordine, compagni!" Per dirla con la

famosa battuta di Giovannino Guareschi. Adesso improvvisamente ci vengono a dire che tutto quello che ci hanno raccontato non è vero, che è troppo inquinante e che anche gli "euro 4", cioè mezzi di recente fabbricazione, dal 1° ottobre 2018 non possono circolare. Ma solo in alcune regioni del nord, anzi solo in Emilia Romagna, la prima della classe, che ha anticipato di due anni l'entrata in vigore di questa disposizione. Quindi chi vuole circolare e lavorare in tranquillità deve comprarsi un mezzo nuovo. Con quali soldi? In un momento come questo di crisi economica ancora in atto, le aziende vogliono e devono investire nel lavoro, nell'innovazione tecnologica, nella ricerca di nuovi mercati in cui espandersi e, probabilmente,

chi ha acquistato di recente un mezzo "euro 4" non aveva messo in conto di doverlo sostituire subito. Ottobre 2018, di nuovo "Contrordine, compagni!". La Regione Emilia Romagna fa marcia indietro dopo un incontro con i sindaci "ribelli" che, sentite le rimostranze dei cittadini, avevano già promesso molte deroghe. Le altre regioni del bacino padano poi non avevano intenzione di anticipare i tempi e questo avrebbe creato ulteriori disagi ai possessori di veicoli diesel. Decisione di buon senso. Una volta tanto gli amministratori locali non sono stati ciechi e sordi alle richieste di chi, come Ascom e Centergross, domandava di rivedere un provvedimento che andava a colpire lavoratori e cittadini. ♦



di FEDERICO DEL PRETE

UNA RAFFICA DI 'NO'. Alcuni prevedibili, come quelli di commercianti e grossisti, altri assolutamente inattesi, come la scelta dei comuni di Granarolo e Castenaso di fare spallucce e derogare ai divieti antismog decisi dalla Regione. A causare l'ennesima polemica sulle misure contro l'inquinamento atmosferico è ancora lo stop imposto da viale Aldo Moro ai mezzi diesel Euro 4, che riguarda circa 140mila veicoli, costretti ai box dal lunedì al venerdì dalle 8.30 alle 18.30. «Ci sono oltre 500 imprese che hanno sede al Centergross e consegnano abitualmente in tutta l'Emi-

GAZZOTTI (CENTERGROSS)
«Questi divieti creano gravi problemi e danni a grossisti e aziende»

lia-Romagna, destinate a scontare gravi difficoltà operative e, con tutta probabilità, pesanti conseguenze economiche», l'allarme lanciato da Lucia Gazzotti, presidente del Centergross, la cittadella del commercio all'ingrosso che dà lavoro a oltre 5mila persone.

«La Regione, al contrario di quanto è stato fatto altrove, ha colpito un parco macchine troppo ampio e ora imprese e cittadini si troveranno a pagare il prezzo più alto», sottolinea ancora la Gazzotti, secondo la quale «il passaggio a veicoli di minor impatto ambientale deve essere inteso necessariamente come una transizione graduale,

Granarolo e Castenaso si smarcano «I diesel Euro 4 possono circolare»

Blocchi del traffico, i due sindaci non seguono la linea dura di Bologna



LE DIFFERENZE

Bologna

In tutta la città, e in altri otto Comuni, fino al 31 marzo 2019, nella fascia oraria 8,30-18,30, dal lunedì al venerdì, per la prima volta la circolazione è vietata anche ai mezzi con motori diesel Euro 4

Granarolo-Castenaso

Da oggi al 31 marzo 2019, nella fascia del blocco previsto dal Piano Aria Regionale (dal lunedì al venerdì, dalle 8:30 alle 18:30) possono circolare anche i veicoli diesel Euro 4

soprattutto in una fase economica ancora molto complessa.

STESSA lunghezza d'onda per Valentino Di Pisa, numero due di Ascom: «Quando si decide di perseguire obiettivi di riduzione dell'inquinamento in maniera aggressiva e con tempi assolutamente inadeguati, si rischia di provocare effetti disomogenei sia sul piano economico, sia su quello sociale». Dunque, l'aspirazione di entrambi è quella di «un ripensamento del provvedimento» e di «una deroga per venire incontro alle esigenze di grossisti e imprenditori». Posizioni, quelle dei commercian-

ti, prevedibili alla luce degli scontri di questi ultimi anni. E, invece, decisamente una novità la rottura di due Comuni dell'hinterland come Castenaso e Granarolo, che da oggi consentiranno la circolazione anche ai mezzi stoppati dalla Regione. «Una deroga doverosa», per il sindaco di Castenaso, Stefano Sermenghi, che ha da poco abbandonato il Pd: «Servono limitazioni del traffico, ma non così eccessivamente penalizzanti».

Solo «un mero spot elettorale», invece, per la Lega, che vede un legame con il voto di domenica sulla fusione dei due Comuni: «Si vuole conquistare la simpatia dei cittadi-

ni, ma il Pd farebbe bene a trovare una sintesi: non può bocciare le nostre proposte a livello regionale e chiedere deroghe a livello comunale, attacca il consigliere Daniele Marchetti.

I DEM, però, difendono la stretta del governatore Stefano Bonaccini. Il segretario regionale Pd, Paolo Calvato, risponde al mittente le accuse di M5s e Lega («Al Governo ciò che abbiamo fatto piace...») e in un video su Facebook invita i cittadini a scrivere i propri disagi: «Voglio capire come possiamo darvi una mano, con la Regione, provando a migliorare ulteriormente queste misure».

Per Calvato, infatti, costano gli 80mila morti di smog ogni anno in Italia, tanto «che la Lega un anno fa si diceva d'accordo su tutto il piano, così come i grillini, ambientalisti a targhe alterne». Il puzze delle polemiche si conclude con l'ultimo tassello: il ricorso al Tar annunciato dai civici di «Insieme Bologna» contro le sei domeniche ecologiche istituite da Palazzo d'Accursio. L'ex consigliere comunale Manes Bernardini chiama a raccolta le associazioni di categoria: «Insieme possiamo fare la differenza e fermare un piano aria profondamente sbagliato e voluto dall'assessore Priolo».

Un incontro per approfondire questo cambiamento radicale

Fattura Elettronica

Che cosa cambierà per le nostre imprese

Sempre attento a sostenere le imprese che operano al suo interno, Centergross in collaborazione con Cedascom – società di servizi di Confcommercio Ascom Bologna – ha organizzato il 6 settembre 2018 un convegno indirizzato ai suoi soci e operatori per analizzare con esperti del settore questo obbligo fiscale inserito nella Legge di Bilancio con il duplice obiettivo di contrastare l'evasione e semplificare e ridurre gli adempimenti fiscali. Introdotta per adeguarsi alle direttive UE e già attiva dal 2014 nelle transazioni che coinvolgono la Pubblica Amministrazione, dal 1° gennaio 2019 la fatturazione elettronica è obbligatoria in tutti i rapporti tra soggetti in possesso di partita IVA sia per gli

scambi commerciali B2B – business to business – sia per quelli B2C – business to consumer. A questo obbligo, e non solo, sono stati dedicati gli interventi di Stefano Giorgi, Vice Direttore Generale Confcommercio Ascom Bologna, e di Massimo Argazzi, Responsabile Servizio Contabilità Cedascom SpA, introdotti dalle parole di saluto di Lucia Gazzotti, Presidente di Centergross e di Giancarlo Tonelli, Direttore Generale Confcommercio Ascom Bologna. I relatori hanno illustrato le ragioni e le caratteristiche di questo processo, evidenziando come la fatturazione elettronica abbia cambiato radicalmente il modo in cui vengono compilate, inviate, ricevute e conservate le fatture.

Oggi infatti per le cessioni di beni e le prestazioni di servizi effettuate tra soggetti residenti nel territorio dello Stato italiano vengono emesse esclusivamente fatture elettroniche nel formato XML utilizzando il Sistema di Interscambio (SdI). Ciò significa che ogni fornitore emette il documento fiscale nel formato richiesto, con firma digitale che ne garantisce provenienza e contenuto e lo trasmette al sistema centrale dell'Agenzia delle Entrate (SdI) il quale provvede, telematicamente, a consegnarla al destinatario. L'introduzione di questo sistema ha reso possibile abbandonare per sempre il supporto cartaceo e tutti i relativi costi di stampa spedizione e conservazione. ♦



I relatori Stefano Giorgi, Vice Direttore Generale Confcommercio Ascom Bologna, e Massimo Argazzi, Responsabile Servizio Contabilità Cedascom SpA, con Lucia Gazzotti, Presidente di Centergross

Cyber risk, difendere l'impresa 4.0

In Italia le aziende sottovalutano i rischi da attacchi informatici investendo poche migliaia di euro in sistemi di protezione

Potenziare le difese contro i cyber risk ed assicurarsi in caso di eventuali danni. Per le aziende che investono in tecnologie smart, la cybersecurity è uno dei pilastri su cui si fonda industria 4.0. Le imprese italiane però su questo tema mostrano un particolare ritardo. A dirlo è la Banca d'Italia che ha evidenziato come i componenti del nostro sistema produttivo siano particolarmente vulnerabili ad attacchi cibernetici, furto di dati e minacce ransomware: tutti pericoli che, una volta verificatisi, possono rallentare l'attività con ricadute su produzione e fatturato. Le stime dei tecnici di Palazzo Koch mostrano come le imprese italiane investano ancora poco sulla cybersicurezza. Si calcola che in media la spesa in misure difensive non superi i 4.530 euro: si va da un minimo di 3.500 euro per le aziende a basso contenuto tecnologico a un massimo di 20 mila in quelle più grandi dell'Itc. Oltre a questo la Banca d'Italia evidenzia il scarso impiego di coperture assicurative. E' partendo da questa ed altre analisi che Aon, azienda specializzata nella consulenza dei rischi, delle risorse umane e dell'intermediazione assicurativa, ha previsto nuove coperture assicurative destinate proprio al cyber risk. L'impiego crescente dell'Internet of Things, l'aumento della domanda di piattaforme cloud e l'analisi dei big data, sono fattori chiave che caratterizzano il nuovo assetto dell'Industria 4.0. In questa panoramica diverse sono le metodologie possibili per ridurre al minimo il rischio cibernetico e l'assicurazione informatica (mercato oggi in evoluzione) deve essere complementare a una solida gestione del rischio informatico. Aon si impegna a contribuire alla creazione di soluzioni customizzate per soddisfare le esigenze delle organizzazioni in tutto il mondo. Per cyber risk, secondo quanto stabilito dal mercato assicurativo, si intende tutto

ciò che ha afferenza con il mondo informatico, ricomprendendo i danni diretti e indiretti dell'assicurato. Vi sono due aree di rischio che la polizza cyber può tutelare: First party e Third party. La First party riguarda i danni propri dell'assicurato. In caso di interruzione dell'attività, sia essa derivante da violazione della sicurezza informatica o da un errore umano, gli assicuratori prevedono un indennizzo per i costi di ripristino del sistema. È inoltre previsto il rimborso per la perdita di profitto subita per interruzione dell'attività come diretta conseguenza della indisponibilità totale o parziale del sistema informatico della società. A tal fine l'assicurazione copre i costi di rilevazione e investigazione, comprendenti costi per consulenti legali, esperti informatici e consulenti di crisi per capire cos'è successo al fine di provare l'ammontare e la natura delle perdite coperte. Una seconda tutela rientrando nella categoria First party riguarda la perdita di dati. In tal caso la compagnia assicurativa indennizza l'assicurato per i costi di recupero e ripristino dei dati limitatamente ai costi di re-immissione, ricarica, ricopiatura, reinserimento di informazioni digitalizzate ai fini delle memorie distrutte o cancellate. «Una delle caratteristiche peculiari - continua Aon - di tali coperture è l'indennizzo per gli esperti informatici, legali e di gestione di crisi, che supportano 24 ore su 24 in caso di necessità (eventi, violazioni, blocco ai sistemi informatici) il cliente con tutta la loro expertise nel settore, frutto di analisi, studi e supporto pratico sviluppati negli ultimi anni grazie ad un network mondiale». Un'ulteriore tutela è quella connessa all'estorsione informatica, tristemente nota anche in Italia a causa degli eventi dello scorso anno quali Petya, NotPetya e Wannacry. L'assicurazione, in questo caso, rimborsa i costi necessari per porre fine alla minaccia estorsiva. La compagnia assicurativa può

anche prestare una tutela in caso di perdita di immagine o di reputazione dell'azienda, caso che costituisce una delle principali preoccupazione dei clienti e prospect. La polizza Third party fa invece riferimento alle tutele per la responsabilità contro terzi. Innanzitutto prevede un indennizzo in caso di perdita di dati di terzi con conseguente violazione di obblighi di riservatezza o della privacy di terzi a partire dai costi di notifica quali stampe, spedizioni e altri tipi di comunicazione alle parti lese. e in caso di azioni legali o costi di difesa derivanti da richiesta di risarcimento di parti terze lese. Un'ulteriore tutela riguarda la violazione della sicurezza di rete: essa prevede l'indennizzo dei costi per riparare a un errore derivante da una violazione della rete e i costi derivanti da una richiesta scritta di risarcimento pervenuta per un atto illecito in materia di sicurezza che sia conseguenza di un attacco informatico (che si realizza per esempio nel trasferimento di virus a sistemi informatici di terzi). Vi è infine la tutela in caso di responsabilità media ovvero un indennizzo per i costi di difesa derivanti da richiesta di risarcimento di terzi in seguito a eventi media quali calunnia, diffamazione, violazione di copyright, nomi di dominio, segni distintivi o semplicemente divulgazione di dati di terze parti. «Nel nuovo millennio i dati costituiscono la linfa vitale per l'interscambio continuo tra soggetti giuridici ed individuali - conclude Aon - Se i dati cessassero di viaggiare o addirittura fossero sottratti o copiati, il danno potrebbe essere irreparabile. Occorre quindi attivarsi al fine di utilizzare al meglio qualunque strumento disponibile, così da tutelare il nuovo patrimonio aziendale: il dato». ♦

Informativa a cura di:

AON
Empower Results®



Al Primo Nido si impara a litigare!

Sua Eccellenza il Prefetto di Bologna, Patrizia Impresa, ha visitato il Primo Nido il 22 Novembre 2018 (al centro assieme al Presidente di Centergross Lucia Gazzotti, alla Responsabile Area Infanzia Società Dolce, Caterina Segata, e alle educatrici del nido).

Primo Nido da tempo fa riferimento nella sua gestione alla pedagogia attiva e al pensiero montessoriano che considera i bambini persone artefici della propria crescita. E' su questo sfondo che si inserisce il concetto dell'apprendere a litigare, concetto studiato da tempo da chi si occupa di processi comunicativi, e, nell'approccio montessoriano, presente nei richiami all'auto-osservazione, al rispetto delle regole, all'autocorrezione dell'errore. Tali concetti sono stati ripresi e approfonditi negli anni dal Centro Psicopedagogico per l'educazione e la gestione dei conflitti di cui è direttore Daniela Novara, che, occupandosi fra l'altro di formazione per le insegnanti, ha tracciato anche dei modelli a cui ci siamo ispirati. Pensiamo spesso che l'armonia tra le persone e tra i

bambini dipenda dall'assenza di conflitto e che i litigi tra adulti come tra bambini siano da evitare e scongiurare. A Primo Nido si è invece convinti dell'importanza di gestire i conflitti e di insegnare ai bambini a litigare bene. Si crede che in questo modo possano crescere come adulti capaci di trovare anche da grandi le soluzioni davanti alle divergenze senza perdere le staffe o al contrario chiudersi in se stessi.

Per questo motivo Società Dolce - la società che da 10 anni gestisce con impegno e passione l'asilo nido presente all'interno del Centergross - ha ideato l'angolo dei conflitti dove i bambini "arrabbiati" tra loro possono sperimentare una situazione di mediazione e conciliazione tra posizioni diverse. Il luogo fisico, che contiene e avvicina, il gomitolino che serve da oggetto

mediatore "quando ce l'ho io parlo io, poi te lo passo e parli tu", l'ascolto delle ragioni dell'altro che aiuta a non cercare il colpevole, il ruolo dell'educatore che non prende parte e non si erge a giudice ma spiega come usare l'angolo dei conflitti, la ricerca di una soluzione lasciata in capo ai bambini e non imposta... questi sono i nostri ingredienti per un luogo educativo tollerante, accogliente e al tempo stimolante che favorisca una crescita autonoma e armoniosa dei bambini. A Primo Nido questa attività, condivisa con le famiglie, fa parte di un progetto più ampio di educazione alla cittadinanza che ha visto ad esempio l'incontro con i Carabinieri lo scorso anno, mentre attualmente si sta programmando un incontro con i Vigili del Fuoco. ♦



L'angolo del conflitto a Primo Nido.



Conflitti in azienda?

La mediazione può essere la risposta e un'opportunità di crescita.

In azienda il benessere delle relazioni, sia tra la proprietà e i dipendenti, sia fra questi ultimi, in ragione del rispettivo ruolo e competenze, è fondamentale. Un team affiatato e motivato è più efficace e produttivo.

Tuttavia, spesso accade che nascano conflitti di origini e natura differenti. Esistono conflitti emotivi, di interessi, di dati (per informazioni solo parziali o scarsa attitudine all'ascolto), di valori (per divergenza di idee o opinioni). Occorre, in primis, fare chiarezza su di un punto essenziale: la presenza del conflitto può essere considerata parte fisiologica di ogni entità sociale. In dottrina, si arriva a sostenere che non possa esistere un'organizzazione priva di conflitti. Il conflitto non è, quindi, di per sé un male. Anzi, sottende la presenza di un gruppo in movimento, attivo, finanche creativo. E' ben possibile però che esso presenti pure componenti distruttive (ad esempio un approccio "win-lose", una comunicazione sulla difensiva, attacchi personali, una competizione tra i membri del gruppo diretta a conseguire vantaggi individuali, ecc.). Diventa, così, importante riconoscere e intervenire sul conflitto in maniera competente e professionale per individuare ed elaborare le criticità del conflitto, trasformandole.

Ad un tempo, si renderà necessario estendere l'azione ed implementare gli aspetti costruttivi del conflitto (ad esempio la correttezza della rispettiva job description e i compiti del mansionario di ciascuno, ossia "chi fa cosa", l'organizzazione, la collaborazione, la possibilità di esprimersi, ecc.) e le capacità di ciascuno in una logica sinergica di gruppo.

E' quindi essenziale agire professionalmente per mettere in campo le soft skills migliori e non lasciare che le caratterialità e la routine abitudinaria lavorativa spengano le risorse del gruppo. Quando il conflitto non viene elaborato crea, infatti, gravi danni, sia in termini di rallentamento dell'attività, sia di compromissione delle potenzialità di crescita e adeguamento della struttura alle domande esterne, dei clienti ed, in generale, del mercato. Il conflitto spesso porta ad un incremento dell'aggressività, soprattutto non verbale, creando un clima di contrapposizione che riduce le potenzialità espressive personali e professionali. Non bisogna, poi, dimenticare che il conflitto, tendenzialmente, si allarga con un effetto definito "ad onda" dal nucleo dei confliggenti all'ambiente di lavoro circostante. Bisogna essere consapevoli del fatto che se i rapporti interni all'azienda vengono mal gestiti, tale situazione emergerà

all'esterno (ad esempio nei rapporti con clienti e fornitori) venendo rispecchiata attraverso quella componente comunicativa involontaria (non verbale), che necessariamente è parte del relazionarsi. L'imprenditore o il manager si trova, pertanto, nella necessità di non evitare il conflitto. Deve, anzi, sfruttarlo in modo da renderlo foriero di una tensione positiva e costruttiva, evitando di dare spazio e lasciare agire nel tempo gli elementi distruttivi. Quest'ultimo trend potrebbe, infatti, sfociare in risultati nefasti per l'azienda. Il conflitto ha, inoltre, una particolare valenza esplicativa. E' cioè in grado di fornire elementi indicativi dell'organizzazione dell'azienda. Occorre però essere in grado di decodificare tali elementi e di attribuire loro il vero meta-significato. In proposito, ritengo che le aziende possano trovare un grande supporto nell'esercizio professionale dell'attività di "mediazione dei conflitti". L'obiettivo è arricchirsi di una nuova metodologia accreditata a livello nazionale ed internazionale, ossia un processo mediante il quale una terza persona, appunto il mediatore, contiene gli effetti negativi del conflitto. Si tratta di un professionista specificamente formato e competente sulla gestione della conflittualità, che opera come terzo imparziale e equidistante alle parti.

L'intervento del mediatore, nello specifico, può variare in dipendenza delle richieste delle aziende e delle circostanze del caso.

Il mediatore può, preliminarmente, indagare e valutare le problematiche in essere nell'organizzazione ovvero gli obiettivi aziendali. Quindi, lo stesso mediatore può predisporre momenti di formazione, specificamente orientati alle esigenze dell'azienda. In tal modo le competenze del personale coinvolto verranno arricchite anche da conoscenze di tecniche alternative alla risoluzione dei conflitti (riconducibili alle A.D.R.).

Altrimenti, il mediatore può progettare un diverso intervento diretto all'analisi e alla risoluzione dei conflitti presenti nell'azienda attraverso l'applicazione delle precise tecniche proprie di questo strumento. In particolare, il mediatore elaborerà con l'azienda una preliminare valutazione delle criticità presenti (manifeste e latenti) ed, all'esito di questo esame, programmerà incontri individuali e congiunti tra i confliggenti.

In ogni caso, a prescindere dal tipo di intervento scelto, è sorprendente osservare come, dall'applicazione del procedimento tipizzato della mediazione e delle precise tecniche sue proprie (anche di negoziazione), le parti coinvolte siano portate a farsi carico del

contrasto e ad attivare le risorse di ciascuna all'ascolto di sé e dell'altro.

E' sempre essenziale mantenere un approccio "circolare" nella gestione dei conflitti. Bisogna prima riconoscere le aree di conflitto, quindi individuare i sintomi dello stesso. Occorrerà procedere allora all'analisi delle cause, tenendo in debita considerazione i valori e gli obiettivi di sviluppo aziendale, e all'applicazione di tecniche di problem solving. All'esito di queste ultime sarà possibile individuare la soluzione scelta, a cui farà seguito una fase di sperimentazione pratica della soluzione ed un follow up di verifica del raggiungimento e mantenimento dei risultati sperati.

Attraverso l'intervento del mediatore è possibile per i confliggenti giungere all'ascolto dell'altro e all'elaborazione di soluzioni coinvolgenti, condivise e durature. Le parti in conflitto hanno così la possibilità di entrare nella logica "win to win". Non solo, possono apprendere nuove competenze che potranno essere riutilizzate per far fronte a nuovi successivi casi di conflittualità. Si tratta, nell'ipotesi, di skills che, una volta apprese e messe concretamente alla prova, entrano a tutti gli effetti a far parte del bagaglio di abilità ed esperienze dei contententi; questi ultimi ne potranno in futuro fare buon uso, an-

che per il bene della struttura in cui si trovano ad operare.

Essere imprenditori di successo ha sempre richiesto particolari qualità.

Ma la velocità e la complessità dei mutamenti che ci coinvolgono quotidianamente certamente incrementano oggi le difficoltà di mantenere posizioni di mercato acquisite.

La presenza di conflittualità interne all'azienda può diventare quindi un rallentamento per il quale occorre trovare tempestivi ed adeguati interventi risolutivi. La mediazione dei conflitti è la risposta che permette soluzioni, a vocazione durevole, in tempi brevi e con costi molto contenuti. Personalmente credo profondamente che con i giusti strumenti sia possibile trarre il meglio dalle risorse di ciascuno, così da renderle sinergiche con le mutate esigenze dei contesti. Il miglioramento e la crescita personale del singolo sono il ponte che porta al miglioramento e alla crescita dell'azienda. ♦

Informativa a cura di

Avv. Rita Totti
Mediatrice dei Conflitti
Studio legale Mazzoni & Associati



Lo staff dello Studio Mazzoni & Associati con al centro l'avvocato Gianluigi Mazzoni.



DENTAL BRIGHTNESS

il primo e unico Studio Dentistico al Centergross - Asta Servizi

Odontoiatria estetica e igiene dentale: Cura estetica del sorriso. Curiamo con la massima attenzione l'estetica dei denti e della gengiva, con trattamenti di sbiancamento in studio e/o domiciliare controllato, pulizia dei denti e istruzione all'igiene domiciliare.

Impiantologia e chirurgia: Impianti in titanio, carico immediato e post estrattivo. Estrazione dei denti del giudizio e istruzione dopo l'intervento chirurgico.

Gnatologia: Cura di problemi di sovraccarico dell'apparato masticatorio tramite l'esecuzione di un bite.

Endodonzia e pedodonzia: Dell'adulto e cure a bambini con particolare attenzione alla psicologia infantile; consigliamo il controllo gratuito dall'età di 2 anni. Sigillature dei nuovi molari permanenti.

Ortodonzia per bambini e adulti: Cure ortodontiche con apparecchi mobili, fissi, con bracket tradizionali, in ceramica con metodo "Invisalign".

Parodontologia: Cura dell'infiammazione della gengiva e dell'osso.



CENTERGROSS AL 39° MEETING DI RIMINI



Le forze che muovono la storia sono le stesse che rendono l'uomo felice è il titolo della XXXIX edizione del Meeting Rimini, che si è tenuta dal 19 al 25 agosto 2018. La grande kermesse nella sua 39° edizione ha riflettuto sul tema del cambiamento, personale e sociale, dialogando con esperienze e culture diverse e intercettando le domande dell'uomo di oggi, a partire soprattutto da quelle delle giovani generazioni. Come ormai da tradizione, Centergross si è fatto parte attiva di questo dialogo, attraverso il sostegno a due importanti momenti di condivisione e riflessione, il convegno economico "Giovani e lavoro: futuro e opportunità", che ha visto come relatori – tra gli altri – Vincenzo Boccia, presidente di Confindustria, e la mostra "Gesti e parole. Jorge Mario Bergoglio, una presenza originale" dedicata al percorso di formazione e all'azione pastorale di Jorge Mario Bergoglio. ♦

CENTERGROSS A FARETE 2018



Centergross ha confermato la sua partecipazione anche alla settima edizione di Farete, il meeting point delle imprese organizzato da Confindustria Emilia Area Centro che si è tenuto il 5 e il 6 settembre 2018 presso Bologna Fiere. La manifestazione si è confermata una grande vetrina delle eccellenze produttive e di servizi del territorio e un'occasione concreta per sviluppare opportunità di business. Grande successo nel 2018 per l'International Club, "evento nell'evento" nell'ambito del quale le aziende espositrici aderenti – tra cui anche Centergross – sono state coinvolte in 1.250 incontri d'affari con 110 operatori esteri provenienti da 30 Paesi: Pakistan, Myanmar, Iran, Armenia, Germania, Francia, Cina, Brasile, Turchia, Albania, Sudafrica e tanti altri. ♦

UNISALUTE RUN TUNE UP 2018



Il 9 settembre 2018, ben riconoscibile nella caratteristica maglietta rossa, una affiatata squadra di oltre 100 Soci e Operatori di Centergross si è cimentata nella Mezza Maratona di Bologna, una delle 10 competizioni su strada più importanti d'Italia, giunta ormai alla XVII edizione e diventata ora un appuntamento internazionale ricco di eventi collaterali di intrattenimento, cultura e divertimento. Una collaborazione, quella fra Centergross e Run Tune Up, nata in parte anche per gioco: «Tra le vie e il parco del nostro Centro è sempre stato frequente vedere appassionati e non solo correre e allenarsi durante gli intervalli di lavoro o alla sera: anni fa ci è venuto naturale pensare che questa partecipazione allargata potesse essere un momento di condivisione apprezzato da tutti» spiega il vicepresidente di Centergross, Piero Scandellari. Alle sue parole fanno eco quelle di Lucia Gazzotti presidente di Centergross: «Il compito di una realtà economica importante come Centergross è anche quello di partecipare e sostenere iniziative ed eventi che qualificano la realtà metropolitana in cui viviamo e in cui lavoriamo, e la Run Tune Up rappresenta un'eccellenza in questo senso». ♦

RACE FOR THE CURE – LA CORSA PER LA CURA



Da oltre trent'anni in prima linea per sostenere la ricerca, il Distretto di Bologna è stato partner anche per la XII edizione di Race for the Cure, la tre giorni di salute, sport, benessere e solidarietà che si è tenuta dal 21 al 23 settembre 2018 a Bologna ai Giardini Margherita. Queste le parole con cui la presidente di Centergross, Lucia Gazzotti, commenta la decisione del Consiglio di Amministrazione di aver sostenuto l'evento: «Non poteva certo mancare il nostro sostegno a questa importante manifestazione di livello internazionale che mette al centro la salute delle donne, tema per noi centrale, visto l'alto numero di lavoratrici che compongono la popolazione del distretto. In generale la tutela della salute dei lavoratori è un argomento prioritario per il Centergross, come dimostra l'impegno a migliorare i nostri servizi di assistenza all'interno dell'area. La presenza di una parafarmacia e di uno studio dentistico da vari anni sono da leggere proprio in questo senso» ♦



il Servizio di Parafarmacia tanto atteso da Buyers ed Operatori

Prodotti S.O.P. e O.T.C.

Farmaci da banco o di automedicazione, prodotti farmaceutici non soggetti a prescrizione medica, farmaci veterinari, farmaci omeopatici e fitoterapici, ausili ortopedici e sanitari, articoli per l'infanzia, alimenti per celiaci e diabetici, alimenti aproteici, integratori per lo sport, test per l'autodiagnosi, dermocosmesi, dermoestetica con ossigeno terapia.



FARMACHL: Blocco 5B - Piazzale ufficio postale Centergross - Bologna
0514855120 - louise.abomo@farmachl.com - Facebook: Farmachl Centergross Bologna3