KEYLINE

Innovators by design | Since 1770

A BIANCHI 1770 GROUP COMPANY

Rassegna Stampa 2014

Cresce il fatturato Keyline si aprono le porte di Osaka

L'azienda della chiave con sede a Conegliano supera quota 19 milioni di euro Il 10 per cento investito in formazione e ricerca. A gennaio premio ai dipendenti

CONEGLIANO

Keyline approda a Osaka, in Giappone, e chiude il 2014 con un fatturato ancora in crescita, che supera quota 19 milioni di euro. Anche il 2014 è stato un anno d'oro per l'azienda di Conegliano, leader nel comparto di produttori di chiavi e duplicatrici, guidata da Massimo Bianchi e Mariacristina Gribaudi. Da sempre fortemente propensa all'export, l'azienda che produce chiavi da oltre 250 anni chiude quest'anno festeggiando l'apertura di una nuova importante filiale.

«Nel corso del 2014», ha spiegato l'amministratrice unica, Mariacristina Gribaudi, durante la festa degli auguri svoltasi nello stabilimento di Conegliano con tutti i dipendenti, «abbiamo aggiunto la nuova sede di Osaka per il Giappone. Ma non solo: abbiamo ampliato quelle di Manchester per il Regno Unito e di Velbert per la Germania. Abbiamo aggiunto anche nuove sedi a Roma». Dallo stabilimento di via Camillo Bianchi, a Conegliano, nel corso del 2014 sono



Massimo Bianchi e Mariacristina Gribaudi in azienda a Conegliano

usciti oltre 50 milioni di chiavi e le macchine duplicatrici (con due importanti novità) che hanno fatto parlare di loro nelle 15 più grandi fiere del mondo, da Mosca a Madrid, da Shaanxi Province a New Orleans. Tanto che i nuovi modelli presentati sul mercato stanno già ottenendo grossi successi di vendita: è il caso della Laser e della Vortex che hanno ampliato la famiglia Ninja e del sistema di riconoscimento immediato della chiave piatta a singolo e doppio lato, denominato "Camillo Bianchi".

Successi che hanno permesso a Keyline di chiudere il 2014 superando quota 19 milioni di fatturato (il 2013 si era chiuso con 18,6 milioni, a sua volta in crescita rispetto al 2012 dell'11%). Un risultato ottenuto grazie alla forte propensione all'export dell'azienda, all'investimento sui giovani in termini di assunzioni e un deciso orientamento alla ricerca e sviluppo. Durante l'anno è stato presentato anche il software, interamente progettato e sviluppato dall'azienda di Conegliano. «Un software», ha spiegato il titolare Massimo Bianchi, ricordando che Keyline investe il 10 per cento del fatturato in ricerca e sviluppo, «di facile apprendimento, con aggiornamento automatico, capace di lavorare con ogni sistema di taglio».

Il risultato di bilancio è stato festeggiato con l'annuncio da parte dell'azienda di un buono spesa di 100 euro che sarà riconosciuto a tutti i dipendenti con la busta paga di gennaio in linea con quanto fatto lo scorso anno. Keyline, tra le prime aziende a ottenere la certificazione audit famiglia e lavoro, ha appena consegnato due borse di studio da 500 euro ciascuna per i figli dei dipendenti.

Serena Gasparoni

©RIPRODUZIONE RISERVATA

PREMIO DI PRODUZIONE DA 100 EURO

Keyline in salute: regalo di Natale ai dipendenti

CONEGLIANO - (zan) Keyline cresce e premia i dipendenti. L'azienda di Conegliano, tra i principali produttori internazionali di chiavi e macchine duplicatrici, riconoscerà ai proprio lavoratori - più di un centinaio - una sorta di particolare «premio di risultato»: un buono da cento euro da spendere in vari negozi. Il bonus sarà inserito nella busta paga di gennaio.

L'iniziativa era già stata sperimentata nello scorso esercizio e viene ora riconfermata alla luce delle performance positive dell'industria: Keyline chiude il 2014 con un fatturato oltre quota 19 milioni di euro. «Nel corso dell'anno - ha ricordato l'amministratrice unica, Mariacristina Gribaudi, durante la festa degli auguri svoltasi nella sede di via Camillo Bianchi - abbiamo aggiunto le nuove sedi di Roma Fiumicino per l'Italia e di Osaka per il Giappone, oltre ad aver ampliato quelle di Manchester per il Regno Unito e di Velbert per la Germania». Dallo stabilimento coneglianese, negli scorsi dodici mesi, sono usciti oltre 50 milioni di chiavi e vari modelli di macchine duplicatrici, poi presentate nelle maggiori fiere mondiali di settore. Durante l'anno è stato presentato anche un software, interamente progettato e sviluppato dall'azienda, come ha spiegato il fondatore Massimo Bianchi. Keyline, inoltre, ha anche consegnato due borse di studio da 500 euro ciscuna, a Cristina Toffoli e Francesco De Biasi, due figli di dipendenti per la migliore media voto all'università.

© riproduzione riservata

BUONI SPESA

Keyline, bonus di Natale Ai dipendenti 100 euro

VENEZIA La Keyline di Conegliano ha riconosciuto anche quest'anno ai propri dipendenti un buono spesa da 100 euro. Lo ha comunicato l'amministratrice unica, Mariacristina Gribaudi.

© RIPRODUZIONE RISERVATA

KEYLINE CALA UN POKER D'ASSI

Sono quattro i nuovi prodotti che l'azienda di Conegliano ha presentato nel corso del 2014 in occasione di fiere prestigiose



Camillo Bianchi. Ninja Laser. Ninja Vortex. RFD.

L'innovazione tecnologica è il grande punto di forza di Keyline, storica azienda italiana con sede a Conegliano, in provincia di Treviso, attiva nella progettazione e nella produzione di chiavi, macchine duplicatrici meccaniche ed elettroniche, leader nella tecnologia delle chiavi per auto dotate di transponder.

Anche nell'automotive

Nel 2014 sono stati quattro i nuovi prodotti che hanno fatto il loro debutto alle più importanti fiere internazionali. Si tratta di due nuovi modelli della seria Ninja, dal design compatto e di grande funzionalità, grazie anche al nuovo software Liger interamente sviluppato da Keyline. Ninja Laser combina elevata precisione e velocità con la massima semplicità di utilizzo, accresciuta anche dal nuovo morsetto AC, che taglia la maggior parte delle chiavi laser sul mercato. Poi c'è Ninja Vortex, che eleva gli standard di velocità e precisione nella cifratura e taglio delle chiavi ad alta sicurezza, punzonate e laser attraverso la tecnologia basata sull'azione combinata di tre assi e un ampio database.

La terza stella del 2014 è "Camillo Bianchi", il lettore di profili di chiavi piatte a singolo e doppio lato dedicato al pioniere di famiglia, che ha avviato la moderna duplicazione meccanica ed elettronica. Preciso, semplice e personalizzabile, questo strumento è stato studiato per il riconoscimento del profilo della chiave e, quindi, per accelerare il processo di duplicazione. RFD80 e RFD100 sono i prodotti che confermano la leadership di Keyline nella tecnologia automotive. Presentati in anteprima mondiale, i modelli RFD100 e RFD80 sono infatti telecomandi per chiavi Ford clonabili con la 884 Decryptor Ultegra, si programmano interamente a bordo veicolo e garantiscono la sincronizzazione perfetta con il telecomando Ford originale, senza alterarne il funzionamento.

Radicati in Italia

La presentazione dei nuovi prodotti è coincisa con l'inaugurazione della nuova divisione commerciale dedicata al mercato italiano, con sede a Roma. Una scelta strategica nel percorso di crescita di Keyline, che punta a consolidare la propria presenza nazionale grazie a un servizio di vendita e assistenza studiato ad hoc per servire al meglio clienti attuali e potenziali.
Keyline Italia, infatti, segue ogni cliente grazie a un servizio di assistenza tecnica di primo livello e favorisce allo stesso tempo il percorso di crescita, fornendo pieno supporto nella promozione di eventi e iniziative pensate per dare massima visibilità al marchio, che si colloca ai vertici nel mondo per key business, qualità, tecnologia e affidabilità.

82

Keyline consegna borse di studio da 500 euro

Premiati studenti figli dei dipendenti

0 commenti |



CONEGLIANO - Due borse di studio da 500 euro ciascuna. Le ha consegnate Keyline, l'azienda di Conegliano che da 250 anni produce chiavi e macchine duplicatrici, a due studenti universitari figli di propri dipendenti. A riceverle dalle mani dell'amministratore unico Mariacristina Gribaudi (le borse di studio sono intitolate alla memoria del padre Carlo) Cristina Toffoli, studente di scienze psicologiche della personalità e Francesco De Biasi studente di economia e gestione delle arti, segnalatisi per la media superiore a 26.

L'iniziativa s'inserisce tra le numerose attività del bilancio sociale dell'azienda di Massimo Bianchi che, ieri, ha riunito nel proprio stabilimento gli oltre 100 dipendenti con le loro famiglie, i fornitori e numerosi ospiti (tra questi anche Franco Torrini, fondatore dell'Unione imprese storiche italiane e rappresentante dell'azienda di famiglia che risale al 1369, la nona più antica al mondo).

Nell'occasione è stato anche presentato il calendario 2015 realizzato dal fotografo Thomas Quintavalle (che vive tra Venezia e Berlino) inserito nel progetto sulle imprese storiche, pubblicato in collaborazione con la Biennale internazionale d'arte contemporanea di Firenze. Il 2015 sarà l'anno europeo del Patrimonio archeologico industriale e il progetto fotografico "Le mani della tradizione" traccia un sentiero dell'impresa storica italiana di cui Keyline fa orgogliosamente parte.

Keyline chiude in crescita: buono spesa di 100 euro ai dipendenti

Oltre 19 milioni di euro di fatturato per l'azienda di Massimo Bianchi di Conegliano. Come nel 2013, l'impresa ha riconosciuto un "premio"

Redazione · 22 Dicembre 2014



CONEGLIANO — Un buono spesa di cento euro a tutti i dipendenti. La Keyline di Conegliano ancora una volta premia il personale, come fece nel 2013, dopo aver chiuso l'anno con il fatturato in crescita: **oltre 19 milioni di euro.**

Dallo stabilimento di via Camillo Bianchi, nel corso del 2014, sono usciti oltre 50 milioni di chiavi e le macchine duplicatrici che hanno fatto parlare di loro nelle quindici più grandi fiere del mondo, da Mosca a Madrid, da Shaanxi Province a New Orleans. Ai dati economici, Keyline affianca anche i p**ositivi risultati del suo bilancio sociale:** dalla certificazione audit famiglia e lavoro alla consegna di due borse di studio da 500 euro ciascuna per i figli dei dipendenti; dalle tante iniziative formative (in collaborazione con Università, istituti di ricerca, associazioni di categoria) ospitate in azienda alla presenza in importanti eventi in tutto il territorio nazionale.

Alla Keyline borse di studio per due ragazzi

CONEGLIANO

Due borse di studio da 500 euro ciascuna per premiare gli studenti più meritevoli. Le ha consegnate venerdì Keyline, l'azienda di Conegliano che produce chiavi e macchine duplicatrici, a due studenti universitari figli di propri dipendenti. L'iniziativa s'inserisce tra le numerose attività del bilancio sociale dell'azienda di Massimo Bianchi che, ieri, ha riunito nel proprio stabilimento gli oltre 100 dipendenti con le loro famiglie, i fornitori e numerosi ospiti per i consueti auguri di Natale. A ricevere le due borse di studio dalle mani dell'amministratore unico Mariacristina Gribaudi (intitolate alla memoria del padre Carlo) Cristina Toffoli, studentessa di scienze psicologiche della personalità, e Francesco De Biasi, studente di economia e gestione delle arti. È stato anche presentato il calendario 2015 realizzato dal fotografo Thomas Quintavalle inserito nel progetto sulle imprese storiche, pubblicato in collaborazione con la Biennale internazionale d'arte contemporanea di Firenze. *(s.g.)*



Mariacristina Gribaudi

RASSEGNA STAMPA

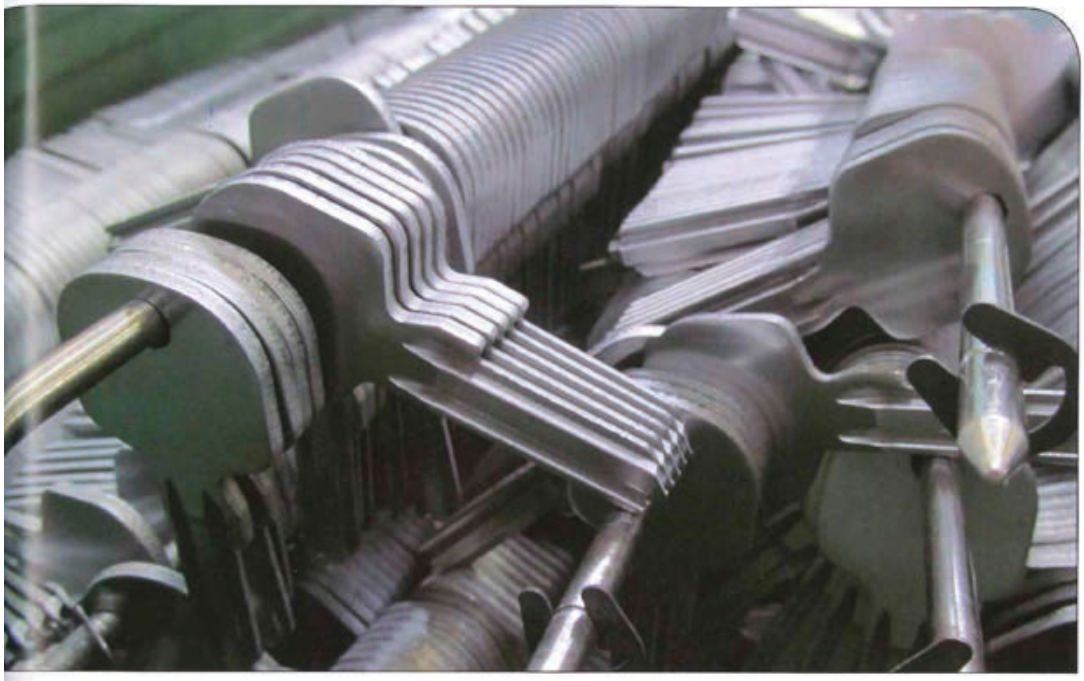
Testata	iFerr
Uscita	dicembre 2014
N. pagine	1/2

Poste italiane SPA Spedizione in abbonamento postale 70% LO/MI
MEDIA PARTNER KERSI

iFerr magazine

online.com N.19 / Anno 2014
Pubblicazione mensile
WWW.IFERRONLINE.COM - WWW.IFERRONLINE.COM - WWW.IFERRONLINE.COM - WWW.IFERRONLINE.COM - WWW.IFERRONLINE.COM





Innovazione e qualità, *servizio e assistenza*

L'azienda di Conegliano rafforza la propria presenza in Italia con una divisione commerciale in grado di accorciare le distanze con il cliente, grazie a un servizio commerciale qualificato e di assistenza tecnica attivo su tutto il territorio nazionale.

Dopo Usa, Cina, Germania e Inghilterra, Keyline ha inaugurato a Roma la nuova sede di Keyline Italia per crescere ulteriormente nel mercato interno.

La divisione commerciale di Keyline, che può contare su una rete di vendita in grado di coprire l'intero territorio nazionale, rappresenta un passaggio fondamentale nel percorso di crescita di Keyline. Attraverso la costituzione di questa nuova realtà, l'azienda di Conegliano ha in programma di consolidare la propria presenza nel mercato italiano grazie a una gamma di prodotti tecnologicamente avanzati, un servizio di vendita e assistenza appositamente studiato per servire al meglio clienti attuali e potenziali. La nuova struttura è in grado di seguire ogni cliente grazie a quotati operatori commerciali e ad un servizio di assistenza tecnica di primo livello.

Inoltre, le sinergie sviluppate con la clientela favoriranno il percorso di crescita, garantendo pieno supporto nella promozione di eventi e iniziative pensati per dare massima visibilità ai prodotti Keyline, che si collocano ai vertici nel mondo del key business per qualità, tecnologia e affidabilità.



VITTORIO VENETO

Keyline apre le porte ai giovani del centro di formazione

VITTORIO VENETO

Keyline ha aperto le porte ai giovani NEET ("Not in Education, Employment or Training") curiosi di conoscere le produzioni innovative e di entrare in contatto con le imprese del territorio. La visita di ieri allo stabilimento di via Camillo Bianchi, si è svolta nell'ambito dell'iniziativa promossa dalla Fondazione Opera Montegrappa, con il Centro formazione professionale di Fonte Alto d'intesa con la Provincia di Treviso. I giovani sono stati accolti dall'amministratore unico, Mariacristina Bianchi, che ha illustrato le competenze ricercate per i vari ruoli aziendali e ha spiegato le modalità di reclutamento del personale. La parola è poi passata ai giovani che hanno messo in evidenza i propri punti di forza sulla base delle competenze professionali richiesta dall'azienda. Al termine i partecipanti hanno consegnato il proprio curriculum, ricevendo l'attestato di partecipazione valido anche per eventuali crediti formativi. *(f.d.m.)*

Genitori al lavoro una corsa a ostacoli «Serve più aiuto»

Convegno Actionaid sul rapporto tra impiego e famiglia Texa e Contarina: i casi di welfare aziendale da replicare

di Fabio Poloni
TREVISO

Nidi aziendali, part-time alle neomamme, permessi per i freschi papà per rendere l'orario di lavoro più flessibile. Normale, nei Paesi del Nord Europa. Un miraggio o quasi, alle nostre latitudini, ma qualche "buona pratica" c'è (Texa, Contarina, Comune di Zero Branco) e da lì bisogna partire per farla germogliare, estenderla.

Si parla di lavoro e vita familiare, tema al centro del convegno di ieri pomeriggio all'auditorium Santa Croce "La conciliazione vita-lavoro e il welfare aziendale". Un dato, che emerge della ricerca promossa da Actionaid, organizzazione internazionale che si occupa di contrasto alla povertà e di tutela dei diritti delle persone: il 43,2% delle donne dichiara di aver incontrato «ostacoli professionali» quando è arrivata la maternità (ma succede anche all'11,3% dei padri). Il confronto con il Nord Europa in temi di permessi e congedi è imbarazzante. Meglio tentare di arrangiarsi a livello territoriale, e le "best practices" individuate da Actionaid nella Marca sono tre. La prima è Texa, azienda leader nel settore dell'automotive, sede a Monastier: è una delle prime in Veneto certificate "Audit famiglia e lavoro", una sorta di certificato europeo di qualità conquistato attraverso «il dialogo con i dipendenti sulle loro esigenze quali la flessibilità dell'orario, la gestione della mobilità casa-lavoro, la convenzione con asili nido per assistenza sanitaria». Un welfare aziendale che Unindustria, come sottolinea la vicepresidente Antonella Candiotto, guarda come modello da estendere. Altro esempio virtuoso, Contarina: dal 2011 ha adottato misure di conciliazione che consistono in particolare nella concessione dell'orario part-time e flessibilità dell'orario per l'uscita anticipata. Terzo caso da imitare è il Comune di Zero Branco, anche in questo graso grazie alla flessibilità e all'attenzione alle esigenze dei dipendenti, neo-genitori in particolare.

Asili carissimi, servizi altrettanto, orari spesso ingessati: la rete di «armonizzazione» tra vita e lavoro non dev'essere solo aziendale: se n'è parlato durante il dibattito moderato da Pierangela Fiorani, direttore della *Tribuna*. «Stato e Regione devono investire su questo fronte», dice Adriano Bordignon, presidente del Coordinamento delle associazioni di volontariato della provincia di Treviso, «perché i permessi parentali hanno retribuzioni troppo basse. Nella Marca ci sono altri casi interessanti: penso alla Luxottica, che ha uno stabilimento a Pederobba, o all'ospedale di Motta». «Contro le discriminazioni sul luogo di lavoro alle mamme speriamo che il *jobs act* preveda qualche delega che aiuti a invertire la rotta», è l'auspicio di Stefania Barbieri, consigliera di parità della Provincia di Treviso. Una buona base sulla quale partire c'è: su sette imprese certificate "Audit famiglia lavoro", cinque sono trevigiane. Si è detto di Texa, le altre sono Crivertrade e Dressing (Silea), Itlas (Cordignano) e Keyline (Conegliano).

©RIPRODUZIONE RISERVATA



Il tavolo dei relatori al convegno tenutosi all'auditorium Santa Croce

LA CARICA DELLE 101

MECCANICA ED ELETTRONICA



Keyline

CONEGLIANO (TREVISO), 19 FEBBRAIO 2014

LA CARICA DELLE 101

Un'intera famiglia in presa diretta sui mercati esteri

«La presenza diretta della nostra famiglia sui mercati esteri, pur avendo noi dei collaboratori che si occupano delle filiali, e le relazioni settimanali tra tutti via Skype, hanno velocizzato il business, favorendo sinergie e reciproche contaminazioni. Ci mettiamo la nostra faccia, con i distributori e con i clienti. Ma, soprattutto i giovani, sono stati decisivi: non avrei potuto internazionalizzare l'azienda se non avessi avuto i giovani con me».

È Mariacristina Gribaudi, amministratrice unica di Keyline, del gruppo Bianchi 1770, a descrivere il modello di presenza sui mercati esteri adottato dall'azienda di Conegliano, in provincia di Treviso, specializzata nella progettazione e produzione di chiavi (per porte, automotive, personalizzate e fancy) e di macchine duplicatrici meccaniche ed elettroniche. Keyline - il 2013 si è chiuso con un fatturato a 18,6 milioni, in crescita dell'11% rispetto al 2012, con un risultato operativo che supera il milione - è leader nella tecnologia delle chiavi auto con transponder, ed è focalizzata sui nuovi prodotti. Il family business di Keyline è favorito dal fatto che Mariacristina Gribaudi e suo marito Massimo Bianchi, Strategic planner della società, hanno sei figli, quattro dei quali già ampiamente impegnati in azienda. Carlo e Giulio, per esempio, entrambi di 29 anni, si occupano, rispettivamente, della filiale Keyline Shangai e Keyline Usa. Elena, 27 anni, lavora come Sales area manager Emea: segue la filiale inglese che ha sede a Liverpool, e da lì tutto il Nord Europa; oltre all'Inghilterra mercati importanti come quello norvegese e svedese. Alessandro, invece, è anima e mente del rebranding societario e ha 26 anni. Del resto, l'apertura alle nuove generazioni è un tratto caratteristico della società di Conegliano che conta sull'apporto di cento dipendenti. La policy aziendale è fortemente orientata ai giovani: «Il 70 per cento degli assunti negli ultimi

Mariacristina Gribaudi: «Non avrei potuto internazionalizzare l'azienda senza i giovani»

LA CARICA DELLE 101



Amministratore unico a turno. Mariacristina Gribaudi

tre anni - sottolinea l'amministratrice unica di Keyline - è sotto i trent'anni». La filiale americana è a Cleveland, nell'Ohio. Il quarto presidio di Keyline nel mondo (oltre a Usa, Cina e Inghilterra) è in Germania, a Velbert. Queste filiali commercializzano direttamente i prodotti Keyline, ma l'azienda opera attualmente in più di 50 Paesi anche attraverso una rete di oltre 60 distributori locali.

L'ufficio commerciale-marketing e la sua struttura territoriale dispongono di dieci persone multilingue per garantire la presenza e l'assistenza ai propri clienti in tutto il mondo, 24 ore su 24 compresi i giorni festivi. Ma, in ogni caso, è il contatto diretto con i propri clienti la formula del successo di Keyline: non solo per la produzione di chiavi, ma anche per lo sviluppo di nuove applicazioni progettuali sia di natura meccanica che elettronica. L'export, grazie alla struttura aziendale, copre l'85 per cento del business: il 40 per cento dai mercati nordamericani, il 35 da quelli Emea, il 10 dai Paesi Apac. La società, facendo leva sulla sua competenza tecnologica, ha siglato in questi anni importanti partnership con i maggiori gruppi nel settore dei ricambi automobilistici, per la fornitura di chiavi trasponder e, soprattutto, di tecnologie per la duplicazione di chiavi realizzate su misura per il mercato americano. Keyline è partner delle forze di polizia in molti Paesi nella fornitura di macchine per la duplicazione di qualsiasi genere di chiave. Anche le principali case automobilistiche europee e americane adottano la tecnologia sviluppata da Keyline per offrire ai propri clienti in tempi rapidi la copia perfetta delle chiavi del veicolo, garantendo la totale sicurezza del possessore dell'originale. In questo campo il gruppo Bianchi ha segnato delle svolte storiche per il settore.

Negli anni 50 Camillo Bianchi aveva creato un sistema per la duplicazione immediata delle chiavi che si diffuse in tutto il mondo. Tre decenni più tardi suo figlio Massimo. Keyline - acquisita dalla famiglia Bianchi nel 2002 - rappresenta nel gruppo il fulcro strategico e tecnologico nel key business. In questo modo la famiglia Bianchi ha continuato la propria tradizione plurisecolare di attività in questo settore, iniziata nel 1770 con il lavoro del mastro di chiavi Matteo Bianchi e tramandata di padre in figlio. Keyline mantiene integralmente la filiera produttiva in Veneto. Il trend di crescita di cui il gruppo si è reso protagonista dal 2002 ad oggi è coinciso con l'ampliamento dell'offerta di prodotto. Da un catalogo contenente 500 modelli di chiavi, Keyline presenta attualmente un'offerta di oltre 7mila prodotti e 25 tipi di duplicatrici tra meccaniche ed elettroniche per coprire le più ampie esigenze di mercato. Keyline su cento dipendenti, dispone di dodici tra ingegneri, progettisti e programmatori, con ampie competenze nell'elettronica e nella meccanica, che costituiscono il vero fiore all'occhiello della divisione Ricerca e Sviluppo.

VAI AL SITO

www.keyline.it

L'EVENTO

Cinquanta studenti visitano la Keyline

VITTORIO VENETO - (F.Fi.) I futuri giovani meccanici in visita allo stabilimento di Keyline, in zona industriale di Scomigo. Erano 49 gli studenti (nella foto) dell'istituto professionale "Città della Vittoria", indirizzo meccanico che hanno partecipato all'evento, nell'ambito della quinta edizione della giornata della Piccola e Media Industria promossa da Confindustria. Le classi, accompagnate dagli insegnanti, alla presenza di Ambra Tomasella in rappresentanza di Unindustria Treviso, sono state accolte dall'amministratrice dell'azienda produttrice di chiavi e macchine duplicatrici, Mariacristina Gribaudi. Gli studenti hanno visitato con interesse gli impianti di produzione, nei quali domani potrebbero essere protagonisti. Sono stati poi accompagnati al museo dell'azienda, dove hanno potuto ripercorrere la storia delle chiavi nel mondo. «Anche noi nel nostro lavoro - ha detto Gribaudi - come voi studenti ci sentiamo sempre sui banchi di scuola, perché oggi fare impresa vuol dire confrontarsi con il mercato globale. L'unico modo per affermarsi è studiare continuamente in ricerca e innovazione».



IL PMI DAY

Gli studenti cercano i segreti della Keyline

VITTORIO VENETO

Le chiavi di San Giacomo – la zona industriale condivisa con Scomigo – aprono il mondo. L'hanno constatato i 49 studenti dell'istituto professionale "Città della Vittoria" che hanno visitato la Keyline, per la quinta edizione del Pmi day, e hanno avuto modo di fare una galoppata nella storia con le chiavi del passato e del presente, custodite gelosamente nel museo aziendale. A dare il benvenuto alle classi alla presenza di Ambra Tomasella in rappresentanza di Unindustria, è stata Mariacristina Gribaudi, amministratrice unica dell'azienda. «Le porte di Keyline sono sempre aperte ad iniziative utili come questa»,ha detto Gribaudi, « visto che anche noi, come voi, ci sentiamo sempre sui banchi di scuola. Oggi fare impresa vuol dire confrontarsi con il mercato globale e l'unico modo per affermarsi è studiare, fare ricerca e innovazione». *(f.d.m.)*

SCUOLA E FORMAZIONE Annuale appuntamento per avvicinare i giovani al mondo del lavoro

Lezione d'impresa per 400 studenti

Grande partecipazione al Pmi Day organizzato da Unindustria

Mattia Zanardo
TREVISO

Studenti ed insegnanti trevigiani a lezione d'impresa. Ieri è andato in scena il quinto Pmi Day, appuntamento annuale, promosso da Confindustria su scala nazionale, per favorire la conoscenza del mondo delle piccole e medie imprese da parte dei più giovani. E ancora una volta, la Marca si è confermata tra le province dove maggiore è stata la partecipazione all'iniziativa, organizzata in collaborazione con l'Ufficio scolastico provinciale: oltre 400 ragazzi hanno visitato quindici aziende in tutta la provincia. «E' un piacere – dichiara Sabrina Carraro, vicepresidente degli industriali trevigiani, delegata a Pmi e capitale umano – che vi sia interesse e adesione ogni anno, da parte delle imprese come da parte degli istituti scolastici e degli studenti. Conoscere un'azienda diventa esperienza formativa ed educativa che si integra nel curriculum didattico». Le ditte coinvolte sono: ArlexItalia di Meolo, Arper di Monastier, Co.Mas di Castagnole di Paese, Diemmebi di Cordignano, Galdi di Postioma di Paese, Gruppo Alcuni di Treviso, Henry Glass di Mansuè, Keyline Conegliano, Lisec Italia di Olmi di San Biagio di Callalta, Luca di San Zenone degli Ezzelini, Microtecnica Trevisana di San Biagio di Callalta, Perenzin Latteria di San Pietro di Feletto, Sac Serigrafia di Vallà di Riese Pio X, Tecnostrutture di Noventa di Piave, Union Glass di Motta di Licenza. Dieci, invece, le scuole aderenti, qualcuna anche con più classi: Isis Vittorio Veneto, Ic di Roncade, Ist Giorgi - Fermi di Treviso, Its Barsanti di Castelfranco Veneto, Liceo artistico di Treviso, Itcg Sansovino di Oderzo, Iiss Fanno di Conegliano, Iis Palladio di Treviso, Scuola edile di Treviso, Cfp Lepido Rocco di Motta di Livenza. Ma in aula sono tornati anche i professori, per i seminari nell'ambito di Orientainsegnanti, con l'obiettivo di legare la formazione scientifica a temi più rispondenti alle esigenze del mondo delle imprese.



IN AULA Ragazzi e insegnanti durante la lezione all'annuale Pmi Day

Idee Ritorna l'iniziativa «Ceo per un giorno» in collaborazione con Odgers Berndt

Manager Giovani talenti sul ponte di comando

Un'occasione per gli under 27 di passare la giornata con un capo azienda. Salvia: un allenamento alla meritocrazia

DI ISIDORO TROVATO



E come se un cultore di cinema potesse passare una giornata con Ermanno Olmi o un appassionato di romanzi vivesse un giorno interno insieme a Philip Roth. Qualcosa di simile lo proveranno gli otto giovani talenti che hanno superato la selezione per «Ceo per un giorno».

L'iniziativa è stata creata e messa a punto un anno fa da Odgers Berndtson, società di executive search, in collaborazione con il *Corriere della Sera*, per avvicinare i giovani talenti al mondo del lavoro attraverso la meritocrazia. Il progetto offre agli studenti universitari dell'ultimo anno del corso di laurea magistrale, o a coloro che frequentano un master delle migliori Università italiane, l'opportunità di trascorrere un'intera giornata di lavoro al fianco di un amministratore delegato, di un presidente o di un rappresentante di spicco della comunità economico-finanziaria italiana.



Cacciatore di teste Edoardo Salvia

La selezione

I giovani candidati sono stati identificati da Odgers Berndtson attraverso un processo di valutazione estremamente rigoroso basato sull'analisi dei curricula, dei criteri extra accademici, delle competenze e delle motivazioni professionali, al fine di selezionare tra i profili dei partecipanti quelli più dotati del maggiore potenziale. «Lo scorso anno — spiega Edoardo Salvia, managing partner di Odgers Berndtson — sono state registrate circa mille candidature e oltre 300 studenti hanno preso parte alla fase di selezione successiva. Una volta selezionati gli studenti, qualche giorno prima dell'inizio della giornata, il direttore risorse umane di ciascuna società partecipante organizzerà un incontro presso la sede aziendale con il candidato prescelto, che accompagnerà il ceo durante tutta la giornata lavorativa, inclusi i meeting e tutte le attività di business». La partecipazione è riservata a giovani di età fino a 27 anni che abbiano svolto un master in business administration o in risorse umane

Naturalmente i ragazzi selezionati verranno istruiti sullo svolgimento operativo della giornata, su dove e come procurarsi le informazioni circa le attività, i prodotti e i servizi forniti dalle aziende. Per parte sua, l'azienda metterà a punto, insieme a Odgers Berndtson, un'agenda contenente le attività cui i candidati saranno esposti e comunicherà il nominativo del 'tutor aziendale' che assisterà il candidato prima, durante e nella fase conclusiva della giornata.

I partner

«L'iniziativa ha rivolti positivi anche per le aziende che partecipano — osserva Salvia — che promuoveranno un'immagine positiva presso un'audience di giovani altamente qualificati. Inoltre sarà l'occasione per mostrare la propria sensibilità nei confronti delle iniziative di Corporate social responsability. Oltre che offrire un'opportunità ai ceo di aprire una porta sul futuro a giovani talenti iper specializzati».

Quest'anno sono otto i manager che hanno aderito all'iniziativa: Giovanna Melandri per «Maxxi», Jane Reeve per la «Camera nazionale della moda», Mauro Melis per l'«Istituto europeo di oncologia», Daniele Rossi per la «Rossetti Marino», Mariacristina Ribaudi per «Keyline», Federica Barbaro per «Pietro Barbaro group», Alfonso Marra per «Klopman», Ferruccio de Bortoli per il Corriere della sera.

Per gli otto giovani selezionati potrebbe trattarsi di una scintilla per «la via alternativa» all'alta formazione della nuova classe dirigente di questo paese. Più volte analisti ed esperti hanno evidenziato la scarsa propensione del nostro sistema a inserire giovani in posti di spicco della scala gerarchica. Questa potrebbe essere un'opportunità. Poi non resterà che sperare di aver lasciato una buona impressione e magari ricevere una mail che inviti a tornare.

© RIPRODUZIONE RISERVATA





Tutor Giovanna Melandri (a sinistra) dal 2012 è presidente della Fondazione Maxxi, il Museo nazionale delle arti del XXI secolo dedicato alla creatività contemporanea. Jane Reeve (a destra), manager inglese, dal 2103 è amministratore delegato della Camera della moda

I maghi italiani della serratura in visita al museo della Keyline

CONEGLIANO - (mzan) Keyline capitale italiana della serratura per un weekend. La storica azienda di Conegliano, tra i maggiori produttori mondiali di chiavi con tecnologia trasponder e relative macchine duplicatrici, ha accolto lo scorso fine settimana 120 esperti di serrature e sistemi di sicurezza provenienti da tutta la penisola. Arrivati nella città del Cima per partecipare all'assemblea dell'Ersi (l'Associazione nazionale di categoria che li rappresenta) in programma sabato scorso, i professionisti hanno visitato lo stabilimento di via Camillo Bianchi, accolti dai titolari Massimo Bianchi e Mariacristina Gribaudi.



ALCUNI dei 120 esperti italiani delle serrature che erano presenti alla Keyline di Conegliano dove, oltre alla visita al museo aziendale, sono stati affrontati molti temi del settore

Particolare curiosità ha destato la visita al museo della chiave allestito nei locali dell'azienda dove è custodita una delle collezioni più importanti d'Europa di questi millenari strumenti.

«Siamo grati a Ersi -sottolinea Mariacristina Gribaudi, amministratore unico di Keyline- di averci dato l'opportunità di ospitare una così qualificata delegazione di esperti del nostro settore e di poterci confrontare con loro su vari temi, tra cui la qualità e l'innovazione che rappresentano i capisaldi della nostra missione aziendale».



Il vertice con 120 esperti di serrature con Mariacristina Gribaudi

Alla Keyline per le chiavi della ripresa

CONEGLIANO

Qualità ed innovazione. Ecco le chiavi della ripresa. L'hanno ben capito i 120 esperti di serrature e sistemi di sicurezza provenienti da tutta Italia che hanno visitato la Keyline, al confine tra Conegliano e Vittorio Veneto. Un'azienda che non fabbrica solo chiavi, ma anche duplicatrici per chiavi. E chiavi per ogni, possibile mercato; quindi anch'esse con l'anima, come è solita sostenere Mariacristina Gribaudi. E' l'amministratrice unica della società ma con il marito Massimo Bianchi, discendente della storica famiglia cui è stata affidata la sicurezza di case, fabbriche, auto e di ogni altra serratura, si scambia il timone dell'impresa ogni tre anni. Ciò che avverrà a fine anno. Arrivati a Conegliano per partecipare all'assemblea Ersi (l'associazione nazionale che li rappresenta), i professionisti hanno visitato lo stabilimento di via Camillo Bianchi. Particolare curiosità ha destato la visita al museo della chiave allestito nei locali dell'azienda dove è custodita una delle collezioni più importanti d'Europa. Entri in fabbrica prima di accedere ai posti di lavoro ti ritrovi davanti ad un museo, strapieno di curiosità. «Siamo grati ad Ersi», spiega Gribaudi, amministratore unico di Keyline, «di averci dato l'opportunità di ospitare una così qualificata delegazione di esperti del nostro settore e di poterci confrontare con loro su vari temi, tra cui qualità e innovazione che rappresentano i capisaldi della nostra mission aziendale».

Francesco Dal Mas





KEYLINE

L'innovazione *paga!*

Nel giro di pochi anni Keyline diventa un riferimento nella progettazione e produzione di chiavi, macchine duplicatrici e sistemi transponder. Competenza tecnologica e innovazione costante le chiavi del successo di un'azienda in continua crescita.

Keyline, con sede a Conegliano in provincia di Treviso, è un'azienda innovativa nel contesto globale della progettazione e produzione di chiavi e macchine duplicatrici meccaniche ed elettroniche. È un importante referente nella tecnologia **delle chiavi auto con transponder** e mantiene un focus costante **nell'innovazione continua di prodotto e di servizi** per gli specialisti della sicurezza. Keyline ha costruito in pochi anni un brand conosciuto in tutto il mondo, con filiali che operano in Germania, Stati Uniti, Cina, UK e recentemente anche in Italia. Più di sessanta sono i distributori in tutto il mondo. Altro elemento di spicco è **l'elevata competenza tecnologica** che ha

"Importante referente nella tecnologia delle chiavi auto con transponder, mantiene un focus costante nell'innovazione continua di prodotto e di servizi per gli specialisti della sicurezza"

86









permesso a Keyline di siglare importanti partnership con i maggiori gruppi nel settore dei ricambi automobilistici. Tutto questo si è tradotto in una crescita in termini di fatturato, volumi produttivi e personale altamente qualificato con ampie competenze nell'elettronica e nella meccanica, per garantire la presenza e l'assistenza ai propri clienti.

Le novità 2014

Keyline considera l'innovazione tecnologica un suo grande punto di forza. E la dimostrazione sono i tre nuovi prodotti presentati nel 2014.



"Camillo Bianchi, è uno strumento preciso, semplice e personalizzabile, studiato per accelerare il processo di riconoscimento della chiave per la duplicazione"

La serie Ninja, con il suo originale design compatto, la grande funzionalità e la semplicità del nuovo software LigerKeyline, diventa ancora più propositiva con due nuovi modelli.
Ninja Laser unisce in una sola macchina due tecnologie di duplicazione: una fresa circolare a doppia velocità e un fresino a candele per duplicare con la massima efficienza chiavi piatte porta e auto, laser e Tibbe a codice, a decodifica o con inserimento delle cifratura.
Ninja Vortex eleva gli standard di velocità e precisione nella cifratura e taglio delle chiavi di alta sicurezza, punzonate e laser grazie a una tecnologia basata sull'azione combinata di tre assi e a un ampio database. Il sistema di incisione permette di personalizzare la testa metallica delle chiavi senza la necessità di rimuovere la chiave dal morsetto.
Terza stella è **Camillo Bianchi**, il lettore di profili di chiavi piatte a singolo e doppio lato dedicato al pioniere della moderna duplicazione meccanica ed elettronica.
È uno strumento preciso, semplice e personalizzabile, studiato per accelerare il processo di riconoscimento della chiave per la duplicazione. Inserendo la chiave si ottengono in meno di tre secondi le indicazioni delle referenze migliori e le relative posizioni per trovarle in magazzino, visualizzate sul display da 7 pollici.
Ninja Laser, Ninja Vortex e Camillo Bianchi testimoniano la capacità da parte di Keyline di aprire nuovi orizzonti nel panorama sempre più hi-tech della duplicazione delle chiavi. **www.keyline.it**

IN AZIENDA DA TOP MANAGER

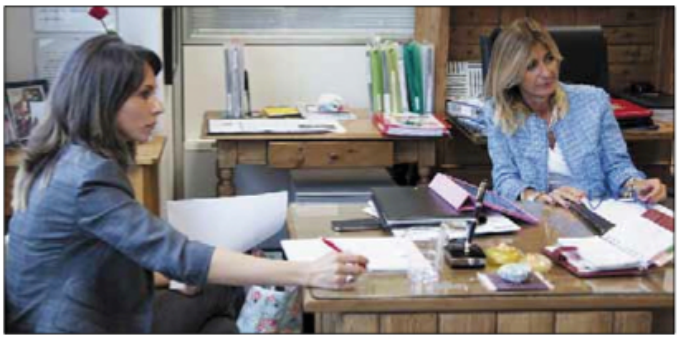


LAUREANDA Federica Del Bono (a sinistra) con Mariacristina Gribaudi

Alla Keyline da "padrona" il giorno speciale di Federica

Zanardo a pagina X

Mattia Zanardo
CONEGLIANO



RIUNIONE Federica Del Bono (a sinistra) nell'ufficio di Mariacristina Gribaudi durante la giornata trascorsa dalla laureanda nell'azienda Keyline di Conegliano

L'ESPERIMENTO Laureanda affianca la dirigente della Keyline

Manager per un giorno «Mi sono commossa»

Dalle 8, riunione con il direttore amministrativo, quella con il responsabile del servizio consumatori, uno sguardo all'andamento dei mercati e ai rapporti inviati dalle filiali estere, poi in produzione, per discutere con gli operai di alcune novità organizzative e di contratti. In mezzo, un'oretta per un po' di palestra e un panino. Vita ordinaria da top manager. Quella che Federica Del Bono ieri ha potuto sperimentare per una giornata, seguendo nel suo lavoro quotidiano Mariacristina Gribaudi, amministratore unico della Keyline di Conegliano.

Federica, 23 anni, è una degli otto giovani selezionati tra diverse centinaia di laureandi o neo laureati di tutta Italia per la seconda edizione di "Ceo per uno giorno" (acronimo inglese per indicare l'amministratore delegato), iniziativa promossa dalla società specializzata Odgers Berndtson e Rcs. Nata a Napoli, ma vissuta fin da piccola in giro per mezza Italia al seguito del papà, alto dirigente di banca, è prossima alla laurea specialistica in Consulenza d'azienda alla Bocconi. La Keyline, leader nella produzione di chiavi e macchine duplicatrici, erede della plurisecolare tradizione nel settore della famiglia Bianchi, è l'unica impresa veneta partner del programma. «Avevo conosciuto Mariacristina Gribaudi l'anno scorso, quando aveva tenuto una conferenza all'università, e mi aveva colpito moltissimo - spiega Federica -. Così quando ho visto la Keyline tra le possibili destinazioni, non ho avuto dubbi».

E anche Gribaudi non ha esitazioni: «Mi piace lavorare con i giovani e con le donne. Ho trovato una ragazza con una gran voglia di capire. Ho cercato di farle comprendere che nelle imprese familiari come la nostra al centro deve esserci la persona. E, visto che era arrivata il giorno precedente, l'abbiamo ospitata nella nostra foresteria e ha cenato a casa nostra: per mostrarle che dietro l'amministratrice c'è una persona e una mamma». Un giovane collaboratore, dice, «deve essere curioso, spregiudicato, deve mettermi in crisi: io, a 55 anni, immagino il futuro, loro lo vedono».

IN AZIENDA
«Al rinnovo di un contratto ho provato emozione»

Federica ambisce ad un futuro da manager?

«Ho studiato per quello. Ma il sogno è creare un'impresa mia». Alle sei di sera, in procinto di prendere il treno per tornare a casa, è stanca, ma carica di entusiasmo: «Il momento più bello? Quando abbiamo trattato il rinnovo dei contratti. C'era una signora che, nonostante un periodo difficile, è stata confermata. Mi sono commossa anch'io».

Ora, a dicembre l'attende la laurea. Poi chissà. «Bene se vorrà fare un'esperienza all'estero, ma le auguro di tornare in Italia - sorride Gribaudi -. E le porte qui sono sempre aperte».

L'azienda di Conegliano, unica in Veneto nel programma per avvicinare all'impresa

FEDERICA, 23 ANNI, AMMINISTRATRICE DELEGATA PER UN GIORNO ALLA KEYLINE

La giovane studentessa ha seguito l'attività di Mariacristina Gribaudi



CONEGLIANO - Far provare "dal vivo" ad alcuni giovani brillanti l'attività di un top manager. E' uno "stage" molto particolare quello effettuato da Federica Del Bono, 23enne studentessa dell'università Bocconi, alla Keyline di Conegliano, storica azienda, leader nella produzione di chiavi a trasponder e delle relative macchine duplicatrici. Per un'intera giornata ha seguito passo passo Mariacristina Gribaudi, amministratrice unica del gruppo, nel suo lavoro quotidiano. L'esperienza rientra nella seconda edizione di "Ceo per un giorno", inziativa promossa da Odgers Berdndtson, tra le maggiori società di ricerca di alti profili professionali, proprio con l'obiettivo di avvicinare i ragazzi al mondo dell'impresa. Tra diverse centinaia di laureandi e neolaureati in tutta Italia, ne sono stati selezionati otto che hanno passato ventiquattro ore a stretto contatto con il responsabile di altrettante importati aziende. Keyline è l'unica in Veneto ad essere partner del programma. "Avevo conosciuto Mariacristina Gribaudi l'anno scorso, quando era venuto nella mia università per tenere una conferenza, e mi aveva colpito molto. Così, quando si è trattato di scegliere dove andare, non ho avuto dubbi", dice Federica. Nata a Napoli, ma trasferitasi fin da piccolissima in varie città italiane per il lavoro del papà, alto dirigente bancario, il prossimo dicembre conseguirà laurea specialistica in Consulenza d'azienda, discutendo una tesi sul tema delle piccole imprese. Alla Keyline ha partecipato alle riunioni con il responsabile amministrativo e con quello del servizio clienti, ha collaborato all'esame dei conti, ma ha anche accompagnato l'amministratrice in produzione per discutere con gli operai. "Abbiamo semplicemente seguito la mia agenda di manager operativo - spiega Gribaudi -. Ho trovato una ragazza molto curiosa e con una gran voglia di comprendere. Ho cercato di mostrarle che al centro di un'impresa familiare come questa c'è la persona". Il sogno di Federica - ammette lei stessa - è quello di dar vita ad un'impresa propria. Ma anche un ruolo da manager non le dispiacerebbe. E, perchè no, in un prossimo futuro, potrebbe tornare alla Keyline. E non solo per un giorno.

L'inchiesta

di **Mauro Pigozzo**

«Mese di stipendio regalato? Meglio il contratto aziendale»

Tra buoni benzina e premi «fai da te», divide il caso Adria

PADOVA Il sasso nello stagno è stato lanciato. E ha la filosofia etica dell'impreditore sociale dell'imprenditore, ma anche il peso pragmatico dei soldi infilati nelle tasche dei lavoratori. Ad Adria, nel Rodigino, il Cantiere Navale Vittoria ha regalato ai propri dipendenti uno stipendio. «Gli affari vanno bene, festeggiamo assieme». Il presidente Luigi Duò ha stretto le mani a tutti i suoi 65 lavoratori e spalmato duecentomila euro nelle loro buste paga. Ieri, impegnato a Tunisi, ha incrociato il ministro Angelino Alfano. E gli ha pure strappato una promessa: «Verrà a visitarci in azienda, si è congratulato con noi».

Una iniziativa, la sua, che divide il mondo imprenditoriale e sindacale. Il mantra comune («bene il regalo, ma la contrattazione rimane prioritaria» dicono i sindacati), si innesta nel dibattito nazionale in corso sulle proposte del premier Matteo Renzi: dopo gli ottanta euro, ora si discute del Tfr da stendere in busta paga mensilmente. Il pensiero è sempre lì: c'è la crisi, i consumi si fanno ripartire solo iniettando il cash nudo e puro nelle vene chi questi soldi li spende. I dipendenti, appunto. E dal Veneto, con il modello proposto ad Adria, si propone una via concreta: il welfare in azienda passa anche attraverso vie istintive, residuali. Spontaneistiche, forse: il regalo del titolare che ridistribuisce il reddito a chi, quei soldi, glieli ha fatti guadagnare.Il Cantiere Navale, peraltro, ha un illustre precedente: quello pensato da Martino Zanetti, presidente della Hausbrandt, azienda leader nel caffè che un paio d'anni fa aveva elargito circa due milioni di euro alle sue centinaia di dipendenti: duecento euro a testa, netti. «Loro furono contenti», dice. «Ma fui contestato, seppur senza nessuna dichiarazione ufficiale, da sindacati e associazioni di categoria, che percepirono la mia scelta come una invasione di campo».



Luigi Duò
Il presidente di Cantiere Navale Vittoria che ha deciso di regalare una busta paga in più ai dipendenti

Accanto a lui, c'è tutta una eletta schiera di imprenditori che impilano sotto l'albero di Natale bonus di diversa natura. Lauro Buoro, presidente di Nice (automazione per cancelli), ad esempio. Da tre anni regala un buono: erano cinquanta euro all'inizio, dal 2013 sono stati raddoppiati. «Ripeteremo l'iniziativa anche quest'anno», confida. «Così si crea squadra». Ma ci sono anche i casi della Texa, azienda specializzata negli strumenti diagnostici, che propone buoni benzina elargiti a circa metà della popolazione aziendale col «premio appartenenza». Alla Keyline (chiavi e macchine duplicatrici), invece, si punta sul buono spesa natalizio da cento euro, ma anche su borse di studio da cinquecento euro. L'amministratore unico è Mariacristina Gribaudi: «Così premiamo la professionalità e l'attaccamento al lavoro», dice. Anche le bollicine rendono agli operai: l'aumento delle esportazioni di prosecco a firma Montelvini ha garantito ai 45 dipendenti 225 euro a testa in buoni benzina. «Un benefit uguale per tutti, indipendentemente dal ruolo ricoperto: chi prepara container non ha meno merito di chi sigla il contratto di vendita», sancisce Armando Serena. Altra *case history* ad Orsago: Fioravante Piovesana, patron della Carnel, azienda del legno, ha infilato cinquecento euro nella busta paga natalizia dei suoi quaranta dipendenti.

Iniziative solidali che però dividono. Nessuno, ovviamente, contesta il «dono». Poi però fioccano le puntualizzazioni. Mario Carraro, presidente del l'omonimo gruppo, sintetizza così: «Se è un gesto di liberalità fatto tra amici, in piccole aziende, è perfetto. Ma dubito si possa esportare nelle grandi società, piuttosto sarebbe meglio dare quei soldi ai disoccupati». Linea condivisa da Gian Michele Gambato, presidente di Unindustria Rovigo. «Forse sarebbe stato meglio creare qualche posto di lavoro in più».

Qui si apre la questione della rappresentatività di industriali e sindacati, che si vedono scippare la contrattazione di secondo livello e tutto il corollario dei premi aziendali e del bonus programmati in base alla redditività. Furente Elena di Gregorio, segretario regionale Cgil Veneto. «Demonina che umilia gli operai», taglia corto. Più moderata invece Bruna Porto (Cisl): «Ci sarebbe da preoccuparsi solo se l'azienda disdettasse i rapporti sindacali per agire da sola. Ma questo non è il caso e quindi ci congratuliamo».

Peraltro, che il tema sia caldo è provato anche da due interventi, registrati proprio ieri. Antonella Candiotto, vicepresidente di Unindustria Treviso, ha infatti annunciato nuovi servizi associati per il welfare aziendale: «Il carrello della spesa, prestazioni sanitarie e assistenziali con vantaggi fiscali e contributivi: daremo alle aziende una card prestampata da utilizzare con convenzioni già formalizzate». Infine, sul fronte del Tfr è intervenuto Massimo Zanon, presidente di Confcommercio Veneto. «Il Governo vuole scaricare su lavoratori e aziende la soluzione di un problema», dice. «Ma l'anticipo percentuale del Tfr ridurrebbe la già forte carenza di liquidità delle piccole e medie imprese, che l'assistenza bancaria ventilata da lienzi non risolverebbe».

La vicenda

- Il Cantiere Navale Vittoria di Adria, che costruisce imbarcazioni militari, chiuderà il 2014 in utile di 10 milioni (nel 2013 ore di 4,6 milioni). Il fatturato (+6%) supera i 52 milioni di euro
- Il consiglio di amministrazione ha deciso di erogare una busta paga aggiuntiva a dicembre assieme alla tredicesima. A ciò si somma anche il premio di risultato. Ne beneficeranno 65 dipendenti

La spinta del caso Adria

SOSTENERE IL REDDITO

di **Sandro Mangiaterra**

Luigi Duò non è un padrone come quelli di una volta, il tipo che dà ai dipendenti pacche sulle spalle e a Natale distribuisce un bel cesto dono. Paternalismo e regali, in questa storia, non c'entrano. Duò, presidente del Cantiere navale Vittoria di Adria, provincia di Rovigo, è semplicemente uno capace di fare i conti. Se la sua impresa, specializzata in imbarcazioni militari, rimorchiatori, traghetti, chiuderà l'anno con ricavi in crescita del 6 per cento e utili più che raddoppiati (10 milioni su 52 di fatturato!), vuole dire che tutto funziona come un orologio svizzero. I meriti? Una buona parte stanno nella professionalità, nella produttività, nella flessibilità degli operai, qualità che vanno assolutamente premiate. Risultato: ai 65 addetti è stata destinata una fetta degli utili, per l'esattezza 200 mila euro. In concreto, una mensilità extra proprio sotto Natale. La quale, a sua volta, oltre che alla tredicesima, andrà ad aggiungersi al premio di produzione concordato a inizio 2014.

Ha voglia Renzi a cercare di rimpinguare le buste paga a colpi di 80 euro e di tfr anticipato. Ha un ben parlare Draghi di «provvedimenti non convenzionali» per immettere liquidità sui mercati. Forse è dal territorio che si deve (ri)partire. Ecco, quello del Cantiere navale Vittoria non è altro che un esempio, seppur «spontaneistico», di contrattazione di secondo livello. Una delle tante sfide, forse la principale, del Jobs act di Renzi è esattamente questa: spostare progressivamente la contrattazione dai tavoli nazionali alla sede locale. L'unico modo per riuscire ad alzare il valore aggiunto della produzione e al tempo stesso per valorizzare il know-how del personale. Siamo lontani dal modello partecipativo tedesco. Sta di fatto che il Veneto, di passi avanti in questa direzione, ne ha compiuti parecchi. E oggi si candida a diventare il laboratorio delle nuove relazioni industriali. Luxottica ha introdotto da anni forme avanzate di welfare aziendale. Accordi d'avanguardia, tuttavia, si vanno diffondendo anche nelle piccole e medie imprese. Basta ricordare i casi della Zambon di Vicenza (farmaceutica), della Keyline di Conegliano (chiavi elettroniche). O della Baxi di Bassano, produttrice di caldaie, dove il premio di produzione è addirittura superiore (almeno in proporzione al fatturato) a quello della Volkswagen. Per carità, la crisi picchia. A Nordest rimangono comunque molte le aziende che continuano ad andare a gonfie vele. Sostenerne il reddito dei lavoratori rientra nella responsabilità sociale degli imprenditori, è una forma di attenzione verso la comunità in cui si opera. Ma fa pure tanto bene al conto economico: non c'è miglior investimento per la competitività.

Il cielo sopra San Marco di Barbara Ganz

22 SETTEMBRE 2014 - 09:47

Highlander era un'impresa: un concorso per raccontare le aziende centenarie del Made in Italy che guarda a registi, scuole e università

Il made in Italy più longevo cerca voci capaci di raccontarlo: L'Unione Imprese Storiche Italiane, rappresentata in Veneto da tre aziende tra cui la Keyline di Conegliano (gruppo Bianchi1770, fanno macchine duplicatrici per chiavi che vendono in tutto il mondo, e nella propria sede hanno raccolto la storia delle chiavi, anche quelle – esemplari unici – di fortezze e castelli) organizza un concorso per cortometraggi denominato "Futuro Antico" che si rivolge a registi e film maker italiani e stranieri, Istituti scolastici, università, associazioni, scuole di specializzazione nel settore dei corti cinematografici.

L'obiettivo è documentare l'ultracentenarietà imprenditoriale, raccontare con un 'corto' i valori legati alla storia, all'etica, all'innovazione, al lavoro, alla dimensione sociale: tutti requisiti esclusivi di quelle imprese storiche italiane, aziende con oltre 100 anni di attività che rappresentano un patrimonio unico del made in Italy.

"Il concorso – spiega Mariacristina Gribaudi, amministratore unico di Keyline e vicepresidente Uisi – nasce per esaltare la longevità d'impresa e offrire, tramite la produzione di un 'corto', un focus particolare ed inedito sul mondo del lavoro, prendendo come riferimento i brand ultracentenari, il loro patrimonio immateriale di tradizioni e saperi, il loro "capitale umano", la loro capacità di adattarsi alle sfide del futuro".

Il bando – che prevede tre premi in denaro per i primi tre vincitori (pari a 3mila, 2mila e mille euro) – è consultabile sul sito dell'Unione Imprese Storiche Italiane all'indirizzo www.unioneimpresestoriche.it Sempre sul sito c'è l'elendo delle aziende associate, ognuna con la propria storia: quella della vicentina **Grappa Poli** (Spirito di famiglia, nel vero senso del termine) inizia con Giobatta, il bisnonno che produceva cappelli di paglia, attività piuttosto fiorente all'epoca, ma con una grande passione proprio per la grappa. Così costruì una piccola distilleria montata su un carretto e andò per case a distillar vinacce; era il 1898.

Per la **Keyline**, che oggi conta un centinaio di dipendenti, di cui dodici tra ingegneri, progettisti e programmatori nella ricerca e sviluppo, la storia inizia nel 1770 con il lavoro

del mastro di chiavi Matteo Bianchi e viene tramandata di padre in figlio, fino all'opera di Camillo Bianchi, pioniere-innovatore del sistema duplicazione chiavi negli anni immediatamente successivi al secondo conflitto mondiale. Fortemente legata al territorio, l'azienda è fra le poche a mantenere integralmente la filiera produttiva in Veneto, ed ha filiali in Germania, Stati Uniti e Cina .

La terza centenaria veneta nasce nel 1775 (questa è la data certa, ma probabilmente risale ad ancora prima): la **Garbellotto**, storica industria botti di Conegliano (Treviso), ha visto l'epoca in cui la Serenissima Repubblica di Venezia governava. Un'azienda di nicchia pe r il settore vitivinicolo, per il quale costruisce le botti in legno dove i pregiati vini maturano prima di essere imbottigliati.

Per il concorso "Futuro antico" è' richiesta l'iscrizione entro il 31 ottobre 2014 mentre il termine ultimo per la presentazione dei progetti è fissato al 31 dicembre 2014. La giuria completerà il suo lavoro in tempo per la presentazione finale e la premiazione che potrà avvenire nella primavera del 2015.

http://www.unioneimpresestoriche.com/corto

Ogni tre anni, si cambia capo!

È la storia della Keyline Spa, un'azienda facente capo alla famiglia Bianchi, che con il sottoscritto non ha nulla a che fare e quindi non è stata scelta certo per criteri parentali. Nasce nel 1770, a Cibiana, tra i monti del Cadore, con il lavoro del mastro di chiavi Matteo Bianchi e tramandata di padre in figlio, fino all'opera di Camillo Bianchi, pioniere-innovatore del sistema di duplicazione delle chiavi negli anni immediatamente successivi al secondo conflitto mondiale. La storia di questa famiglia imprenditoriale sembra avere nell'*innovazione* il suo *karma* o, se preferite, la sua stella cometa. Agli albori del secolo scorso, Prospero Bianchi è l'autore del primo vero catalogo di chiavi, che verrà stampato e diffuso in tutta Europa, segnando così il futuro della chiave e del suo impiego nel mondo moderno e contemporaneo. Un'evoluzione continua che parte dalla chiave artigianale, forgiata a mano, alle chiavi meccatroniche agli inizi degli anni Novanta, chiavi ad avanzato contenuto tecnologico. Oggi la storia del family business firmato Bianchi è raccontata nella collezione raccolta all'interno dello stabilimento produttivo: oltre duemila esemplari (restaurati e funzionanti) suddivisi in chiavi, serrature, lucchetti e macchine duplicatrici.


Massimo Bianchi

Quest'ultima sezione è per numero e tipologia la più completa raccolta esistente al mondo in grado di testimoniare l'evoluzione tecnologica della chiave nei secoli. A capo dell'azienda si alternano, di tre anni in tre anni, Massimo Bianchi e la moglie Mariacristina Gribaudi, anch'essa figlia di imprenditori nel ramo delle cucine industriali di origine piemontese. E anche questa modalità di alternanza gestionale mi sembra un bel segno di flessibilità e innovazione. È un'azienda in cui il *Talento* per posizioni di responsabilità viene cercato anche all'esterno, malgrado Massimo e Mariacristina abbiano messo al mondo 6 figli, in assoluta controtendenza al tasso di natalità italiano. Questa ottava generazione, numerosa e di diversificato talento, per avere accesso all'attuale gestione della filiale Keyline a North Olmsted, (Ohio), per occuparsi, dello sviluppo del mercato cinese e asiatico nella filiale di Shanghai e di quello nord europeo nella filiale di Liverpool, si è messa il coltello fra i denti studiando e preparandosi sotto l'occhio vigile dei due genitori che, mi viene detto, nulla hanno regalato ai loro figli.

Le mani che producono

Il fotografo Quintavalle e le aziende storiche d'Italia

di Silvia Zanardi

Ha viaggiato da Nord a Sud per raccontare la storia del nostro Paese attraverso le mani di chi lo costruisce e lo fa vivere ogni giorno. Sono mani che impastano, intrecciano, scolpiscono, battono, grattano, disegnano, levigano, cuciono. E lui è Thomas Quintavalle, giovane fotografo che vive fra Mestre e Berlino e ha deciso di immortalare l'essenza del Made in Italy conoscendo chi, da secoli, lo produce. Nell'arco di oltre un anno, Quintavalle ha selezionato, visitato e ritratto una ventina di imprese con oltre un secolo di storia, dove la professionalità si tramanda di padre, in figlio, in figlio.

Fino a domenica i risultati fotografici del suo progetto si possono vedere nella mostra "Le mani della tradizione", a Treviso, negli Spazi Bomben della Fondazione Benetton. «Tutte le aziende che ho scelto sono capisaldi del made in Italy con oltre cento anni di storia», dice l'autore. «Inoltre, dagli anni della loro fondazione, sono dirette dai discendenti delle famiglie che le hanno fondate».

La Pontificia Fonderia Marinelli, che è il simbolo del viaggio di Quintavalle, è nata nell'anno mille ad Agnone (Isernia) come fonderia delle campane del Papa, ed è la seconda al mondo per anzianità di fondazione. Fra le immagini della mostra ci sono anche la Torrini, impresa di gioielli fondata dal capostipite Jacopo nel 1369; la Camuffo di Portogruaro, che costruisce imbarcazioni dal 1438 e che tra i suoi clienti celebri vanta Maometto II e Napoleone; le ceramiche di Ubaldo Grazia, azienda attiva dal 1500, e la laneria Fratelli Piacenza di Pollone, del 1733. Anche il Veneto, nell'esposizione del fotografo mestrino, offre il meglio della sua tradizione. Ci sono le immagini dell'incrollabile Tramontin & Figli, costruttrice di gondole dal 1884; la Bortolo Nardini, che dal 1779 produce acquavite e liquori a Bassano del Grappa; il cantiere nautico Crosera, sorto nel 1855 sulle rive del Piave; il calzaturificio Voltan di Stra, nato nel 1898 come primo calzaturificio a ciclo produttivo industriale d'Italia; il Lanificio G.B. Conte, fondato a Schio nel 1757 da Giovanni Battista Conte e la Keyline della famiglia Bianchi di Conegliano, che produce chiavi dal 1770. Fra le altre, ci sono la bottega Pascucci di Gambettola (Forlì-Cesena) e il pastificio Fabbri, che in un piccolo borgo nel cuore del Chianti produce pasta dal 1893. «Nei miei scatti tratto allo stesso modo due mondi in apparente antitesi, quello aristocratico del prodotto finale e quello democratico dove operano artigiani e operai. Sono le due facce in cui si riconosce il paese» dice Quintavalle.

» Ha girato il Paese per immortalare l'essenza della tradizione tramandata di padre in figlio da almeno un secolo Le campane, la grappa le gondole e la lana



Il calzaturificio Voltan di Stra nella foto di Thomas Quintavalle

"Le mani della tradizione". Fotografie di Thomas Quintavalle. Palazzo Bomben, Fondazione Benetton, via Cornarotta, Treviso. Orario: da martedì a venerdì 15-20; sabato e domenica 10-20. Fino al 21 settembre.

GUARDA LA FOTOGALLERY E COMMENTA
SUL SITO DEL GIORNALE

Persone



Mariacristina Gribaudi, amministratrice Unica Keyline



Metalmeccanica, 55 anni, 6 figli, amministratrice unica di Keyline, è Mariacristina Gribaudi. Ci siamo incontrati con lei a Firenze, alla convention Elf dove Keyline ha presentato una serie di prodotti altamente innovativi come le duplicatrici elettroniche Ninja Laser, Ninja Vortex e il lettore profili Camillo Bianchi: una bella sorpresa, e l'abbiamo intervistata, a proposito di mercato, imprenditoria, e famiglia. Il risultato? Leggetelo, è affascinante!

Pre-Rinascimento Italiano



"Su con la vita, siamo in pre-Rinascimento, bisogna guardare avanti e imparare dai giovani!". È una autentica furia della natura, Mariacristina Gribaudi. Moglie di Massimo Bianchi è davvero multitasking: madre, moglie, manager, gestisce una famiglia allargata e veste il doppio difficile ruolo famigliare e professionale al contempo. Perché in Keyline lavorano il marito e anche i figli. Da raccontare, ne ha davvero tante.

iFerr: Cominciamo dal principio: ma lei, chi è?

M.C.G.: Donna, madre, manager, figlia di imprenditori, nata a Torino e cresciuta a Conegliano. Oggi anche amministratrice unica di Keyline, in alternanza triennale con mio marito.

iFerr: Scusi, in che senso in alternanza triennale?

M.C.G.: In senso letterale. Ogni tre anni io e mio marito ci diamo il cambio, alla guida dell'azienda di famiglia. In questo modo entrambi abbiamo dei periodi di impegno meno gravoso, durante i quali possiamo rimetterci a studiare.

iFerr: Rimettervi a studiare?

M.C.G.: Certo, a studiare. Che c'è di strano? Il mondo cambia e anche velocemente; c'è sempre un gran bisogno di analizzarne e comprenderne logiche e dinamiche. Quando si amministra un'azienda però non ci si ferma mai, si ha davvero poco tempo da dedicare all'analisi, all'approfondimento. Così, io e Massimo abbiamo deciso di dividerci le responsabilità, così da avere entrambi dei periodi durante i quali lavorare su noi stessi.

iFerr: Tutto questo non crea scompensi o disagi nella gestione?

M.C.G.: Perché dovrebbe? Noi mica smettiamo di occuparci del business, durante il triennio di amministrazione dell'altro! Semplicemente ricuciamo un po' l'impegno, per poterci dedicare anche ad altro. Anzi, io credo che questa sia la scelta migliore, per evitare che stanchezza routine e magari un pizzico di noia, finiscano con l'appiattire il nostro entusiasmo.

iFerr: E i figli, come si sono inseriti in questo contesto famigliar-aziendale?

M.C.G.: Intanto si sono inseriti per le loro competenze e l'azienda di queste competenze aveva bisogno. Sono tutti laureati e *masterizzati*, perché nelle aziende credo si debba entrare per merito, non certo per diritto ereditario. Le aziende sono beni sociali, non reami medievali. Dopo di che, per scelta condivisa, sono



andati tutti a occuparsi di filiali estere.

iFerr: Da cosa è nata questa decisione?

M.C.G.: Tutto questo è stato possibile proprio perché abbiamo voluto dare loro un grande dono: le radici e le ali. Perché ai figli si vuole bene a prescindere, e i figli dei genitori hanno soggezione a priori. Allora quando possibile, è preferibile che la relazione professionale inizi e si consolidi anche con un po' di distanza. Altrimenti il rischio di eccessive contaminazioni sentimentali si fa davvero consistente, e la faccenda si complica. La lontananza invece rende le cose molto più semplici, a tutti.

iFerr: L'esperimento è riuscito?



M.C.G.: Credo di sì, comunque la cosa funziona. Siamo davvero una bella squadra, composta dai figli e da un bel numero di giovani vivaci e pronti di riflessi, innovativi e innovatori. Mi piace davvero lavorare con loro, mi insegnano un sacco di cose tutti i giorni.

iFerr: Come è riuscita a coniugare una famiglia tanto numerosa e carriera, senza perdere di vista nulla?

M.C.G.: Tanto per cominciare, probabilmente di cose ne ho perse di vista eccome! Dopo di che, devo dire che a fare la differenza, nella mia vita, sono stati gli esempi. Quello di mio padre, che mi ha insegnato a leggere come opportunità, anche le difficoltà. E poi mia madre, che ha sempre lavorato, pur con quattro figli. Ricordo una tata che alzava le tapparelle di camera del più piccolo di noi, per segnalare a mia madre, che intanto era in ufficio, l'ora della poppata. Per me è sempre stato normale, non mi sono mai posta il problema.

iFerr: Eppure nel nostro paese non è poi così comune, che una donna conduca casa famiglia e carriera, con tanta disinvoltura!

M.C.G.: Nella mia formazione personale convivono due nature e due culture: quella piemontese, dell'imprenditoria italiana più antica e consolidata, e quella veneta, del lavoro e del matriarcato. Probabilmente io sono la sintesi di queste due tipicità. Comunque credo sia sbagliato generalizzare, e attribuire alle donne italiane una scarsa atti-



tudine al duplice impegno, casa e lavoro. Piuttosto direi che sono ancora rare quelle aziende nelle quali il maschio di famiglia ha il coraggio (e anche l'umiltà) di mettere in evidenza e in primo piano il ruolo e il contributo professionale della sua compagna.

iFerr: Pare evidente la sua attitudine a far ruotare comunque tutto intorno al perno-famiglia.

M.C.G.: Sono davvero convinta che questa peculiarità tutta italiana, possa rappresentare una leva competitiva vincente. Questo è il nostro modello di business, e mi piace davvero tanto. Si tratta però di partire con il piede giusto, di non dare nulla per scontato, e di lavorare sull'intero tessuto aziendale in questo senso.

iFerr: Per piacere, ci spieghi meglio!

M.C.G.: Volentieri. Se si vuole davvero lavorare sul family business, bisogna coinvolgere in questo processo tutti i livelli aziendali, mettendo anche le famiglie (e le esigenze famigliari) dei dipendenti, al centro dell'attenzione. Ma con un'accortezza: non cadere nel buonismo! Bisogna operare con consapevolezza e responsabilità sociale. Dopo di che, torniamo a quanto già detto: ogni azione deve partire dal merito, non dal diritto ereditario, in tutti i sensi e per tutti.

iFerr: Ma con l'aria che tira, lei dove trova tutta questa energia da dedicare al lavoro?

M.C.G.: Chi è nella mia posizione non può e non deve perdere tempo a lamentarsi e piangersi addosso! Noi siamo dei privilegiati e come tali dobbiamo darci da fare perché la situazione cambi e in fretta. Questo è un momento epocale, di grande svolta, e mi sento fortunata perché nel mio piccolo e in qualche modo, mi è data la possibilità di contribuire al cambiamento. Allora forza, diamoci da fare! Siamo in una sorta di pre-Rinascimento, sfruttiamo l'occasione che ci è data, e smettiamola di piagnucolare!

A PROPOSITO DI MARIACRISTINA GRIBAUDI

Classe 1959, nata a Torino, cresciuta a Conegliano. Figlia di imprenditori, inizia a lavorare nell'azienda di famiglia (la Mareno grandi impianti) nel 1982, vi rimane fino al 1996, quando decide di intraprendere una strada nuova, nel mondo del commercio al dettaglio.
Conosce Massimo Bianchi da bambina, "eravamo vicini di casa, e giocavamo insieme" racconta. Poi lo perde di vista, si sposa, ha quattro figli. Lo reincontra alcuni anni più tardi, e le loro strade a quel punto si intersecano definitivamente. Insieme hanno sei figli, una famiglia allargata per la quale Mariacristina impara a fare squadra, a integrare e intrecciare esigenze, convergenze e divergenze.
Oggi, a cinquantacinque anni, è madre, moglie, manager, imprenditrice e punto di riferimento istituzionale accademico.

ATTUALITÀ ■ Duplicazione chiavi

ANCORA PIÙ VICINI AI CLIENTI ITALIANI

La nascita di Keyline Italia ha l'obiettivo di offrire un'assistenza su misura, fornendo soluzioni immediate a qualunque problema

È stata da poco inaugurata Keyline Italia, nuova filiale di Keyline SpA. Per conoscere meglio questa realtà, abbiamo intervistato l'amministratore unico Massimo Bianchi.

Perché è stata creata Keyline Italia?
Il mercato italiano è strategico per Keyline, unica azienda italiana in questo settore. Nel percorso di crescita che l'azienda sta vivendo in modo ininterrotto da anni, era fondamentale farci ancor più vicini ai clienti italiani, offrendo loro un servizio di assistenza su misura, capace di cogliere in presa diretta le esigenze di un mercato dinamico, dando soluzioni immediate. Un approccio che è nel Dna aziendale, ma che con l'apertura della filiale italiana abbiamo voluto rafforzare nell'ottica di consolidare la nostra presenza, servendo con puntiglio e passione i clienti attuali e potenziali.

Com'è organizzata questa struttura?
La filiale (uffici e show-room) si trova a Roma, al Parco Leonardo di Fiumicino Aeroporto, il magazzino logistico a Fiano Romano. La struttura, in collegamento diretto con la casa madre di Conegliano, mette a disposizione del cliente le elevate competenze dei diversi team di lavoro operativi in Keyline, oltre a una serie di servizi maturati e affinati negli anni e nei principali mercati europei e mondiali. Dall'assistenza tecnica, ma anche sotto il profilo commerciale e marketing fino al post-vendita. Un servizio che non riguarda solo il prodotto, ma è finalizzato anche a migliorare l'esperienza d'uso dei nostri prodotti. Con la filiale di Roma offriamo un approccio completo, sostenendo al contempo il ciclo di vendita fino al consumatore finale.



Camillo Bianchi



Ninja Vortex.

Quali sono i vostri prodotti più innovativi?
L'innovazione tecnologica è un grande punto di forza di Keyline. E anche quest'anno abbiamo mantenuto la promessa presentando al mondo tre nuovi prodotti. Con i due nuovi modelli della serie Ninja offriamo un prodotto dal design compatto, di grande funzionalità grazie anche al nuovo software Liger Keyline. Ninja Laser è sinonimo di elevata precisione e massima semplicità d'uso grazie anche all'innovativo morsetto AC per tagliare la maggior parte delle chiavi laser sul mercato. Poi c'è Ninja Vortex, che eleva gli standard di velocità e precisione nella cifratura e taglio delle chiavi di alta sicurezza, punzonate e laser, combinando un sistema di incisione della testa della chiave. Infine, la terza stella di questo 2014: Camillo Bianchi, il lettore di chiavi piatte a singolo e doppio lato dedicato al pioniere di famiglia che ha avviato la moderna duplicazione delle chiavi. Si tratta di uno strumento preciso, semplice – non necessita nemmeno di un pulsante per funzionare! – e personalizzabile, studiato per accelerare il processo di duplicazione senza commettere errori.



"Vogliamo cogliere in presa diretta le esigenze di un mercato dinamico"

Massimo Bianchi

Keyline, la chiave è l'innovazione

SERVIZI AD HOC

di Antonella Pilia | 25 luglio 2014



994 Laser, macchina duplicatrice per chiavi auto di Keyline

Tra i fornitori dei più innovativi **servizi per concessionari** c'è anche **Keyline**. Questa importante realtà è attiva nel campo della **progettazione e produzione di chiavi e macchine duplicatrici** meccaniche ed elettroniche e ha sede a **Conegliano**, in provincia di Treviso. Le concessionarie, in particolare, possono rivolgersi a Keyline per la **fornitura di chiavi** transponder e di sistemi per la duplicazione di chiavi realizzate **su misura** per i mercati in cui opera. L'azienda, infatti, in pochi anni ha costruito un **brand conosciuto in tutto il mondo**, anche grazie a un network di filiali che operano in **Germania**, **Stati Uniti**, **Cina**, **UK** e da poco anche in **Italia**. Un network perfettamente integrato con una rete formata da oltre **60 distributori** a livello globale.

Veniamo dunque ai **servizi per i concessionari** di Keyline. Recentemente l'azienda ha presentato **Ninja Laser**, la macchina duplicatrice che unisce **due tecnologie di duplicazione**: una fresa circolare a doppia velocità e un fresino a candela. Obiettivo: duplicare con la massima efficienza **chiavi piatte porta e auto**, laser e Tibbe a codice, a decodifica o con inserimento della cifratura. L'offerta di Keyline, inoltre, è arricchita da **994 Laser**, macchina duplicatrice di riferimento per chiavi auto laser, piatte e Tibbe a codice, a decodifica o con inserimento della cifratura.

Forte di questi prodotti, Keyline è **leader nella tecnologia delle chiavi auto** con trasponder, grazie alla sua continua **innovazione di prodotto e di servizi**. Ninja Laser e 994 Laser sono dotate di **console** che permettono di raggiungere i più elevati standard funzionali con **capacità e velocità di calcolo uniche** nel mercato, consentite dal **software Liger** realizzato sempre da Keyline. L'ampio **touchscreen a colori** è stato creato per operare in ogni condizione, anche con i guanti da lavoro, oppure usando una penna e una chiave. La **console**, inoltre, è inserita in un supporto dal design studiato per favorirne l'utilizzo e alloggiare tutti gli utensili e accessori necessari per lavorare.

Altro che Product Placement, questo è Branded Film

Superata Vittorio Veneto, dopo un paio di chilometri, svolto a sinistra. La strada inizia lentamente ad arrampicarsi. È una di quelle sere dove l'estate non sembra essere mai arrivata. I tergicristalli continuano il loro oscillare e la pioggia frena la sua caduta toccando terra. Un paio di curve e una manciata di minuti, poi l'insegna Revine Lago. Parcheggio l'auto. Pure le gocce rallentano la loro venuta fino a fermarne definitivamente la loro discesa dal cielo. Mi aggiro per questo borgo che nel lago ha la sua naturale estensione. Ha qualcosa di paradisiaco questo luogo. In ogni angolo tracce di ciò è questo evento. Si tratta del *Lago Film Fest*, il Festival Internazionale di Cortometraggi, Documentari e Sceneggiature, giunto alla sua decima edizione.



È la prima volta che mi trovo lì. È la primavolta che ammiro come un evento possa entrare in perfetta simbiosi con il luogo che lo ospita. Le condizioni avverse non mi permettono di viverlo nella sua dimensione di festival all'aperto, ma mi fornisce sensazioni che non sono da meno. Più intimistiche, ma di una straordinaria bellezza.



Nella piazza centrale c'è un gruppo di ragazzi, tra loro c'è pure lui. **Achille**

Zambon è il suo nome, è lui che mi ha invitato ad uno dei tanti appuntamenti di questa rassegna. Achille, da poco laureato e socio di *Market ers Club*, una dinamica associazione universitaria che fa della condivisione delle idee il suo punto di forza, ma questa è un'altra storia. Il talk che condurrà da lì a qualche minuto Achille è suo un tema a me particolarmente caro. Il titolo è "Ceci n'est pas un product placement", l'argomento quello del Corporate Storytelling attraverso la narrazione cinematografica. La tesi sulla quale verte l'esposizione di Achille va nella direzione di cercare delle risposte ai seguenti interrogativi: "*Perché a un'azienda converrebbe fare cinema? Si possono raccontare identità, visioni, valori e prodotti come si racconterebbe una bella storia? Ci sono, in azienda, interstizi – materiali o immaginari – da cui far germinare in modo autentico dei buoni racconti per lo schermo?*"

Ci spostiamo nella sala interna, soluzione alternativa in caso di mal tempo. Da lì Achille inizia la sua presentazione. In modo puntuale, attraverso l'enunciazione di dati, la visione di poche slide, ma soprattutto la proiezione di alcuni short movie, Achille riesce ben presto a trasferire l'importanza del fenomeno del branded film. È chiaro il passaggio da ciò che è pubblicità sotto forma di spot al comunicare i valori di un prodotto, di un'azienda, di un brand, attraverso l'applicazione della narrativa cinematografica. Qui il concetto di product placement è passato. È superato. I branded film aprono uno scenario dove al centro c'è il racconto, un racconto in grado di creare una completa immersione nei suoi spettatori. Da un punto di vista aziendale è la possibilità di trasferire a potenziali clienti contenuti in modo empatico difficilmente possibile con una pubblicità tradizionale. Da un punto di vista creativo, la possibilità di sperimentare e di trovare nuove opportunità di parthership con imprese. Poi c'è la componente tecnologica, la sua accessibilità ed economicità, permette una produzione di video professionali sempre più evoluti, oltre che lo spostamento sempre maggiori di utenti dalla televisione al web offre una distribuzione e condivisione online, dai costi potenzialmente pari a zero. Su un punto Achille si sofferma, si tratta della necessità di utilizzare i linguaggi e la grammatica cinematografica adatta per un pubblico sempre più digitale.

Sono diversi i casi presentati. Dalla storica campagna *BMW "The Hire"* al caso *55DSL con "Kids in Italia"*, una serie quest'ultima di cortometraggi per veicolare un'idea di Made in Italy diversa ad un pubblico di giovani, fino ad arrivare a *"Worn Wear" di Patagonia*, un vero e proprio documentario, attraverso il quale una serie di "registi/brand ambassador" hanno raccontato i valori intrinseci al marchio. Ma non solo grandi brand. Emblematico è il caso della *Keyline*, un'azienda trevigiana che realizza chiavi

e che non si rivolge a dei consumatori finali, che ha realizzato uno short movie per trasferire la lunga storia della sua impresa. Video questo che ha avuto una duplice finalità. Verso l'esterno per comunicare il valore di un'azienda presente da tempo sul mercato e verso l'interno per consolidare quel senso di appartenenza, da parte di tutti i suoi dipendenti.

Il tempo è volato. Le 23 si stanno avvicinando ed io, quasi come la protagonista di una nota favola devo rientrare. La mia carrozza si chiama Ferry Boat. Ho un'isola da raggiungere. Saluto Achille complimentandomi per l'ottimo lavoro, non prima di averlo ringraziato per avermi fatto scoprire Revine Lago e il suo Lago Film Fest. Tornerò. Non è una promessa, ma l'incipit per una nuova storia, perché in questo luogo di storie da raccontare ce ne sono diverse.

Innovazione La proposta

«Innovazione, T2i pronto ad aggregazioni»

ASOLO (Treviso) – Prove tecniche di aggregazione nell'innovazione. Dal Veneto alla Carinzia, passando per il Friuli. Alla Fornace dell'Innovazione di Asolo 4 incubatori e 30 startup si sono confrontate ieri sul *digital manifacturing*, l'innovazione digitale che può salvare la manifattura nordestina. Tra stampanti 3D, piattaforme di e-commerce, app che ibridano fisico e virtuale nel *fashion*. All'open day startup da H-Farm (che di Fondazione La Fornace è anche socia), VegaInCube, Friuli Innovazione e dall'incubatore di Eak, l'Agenzia per lo sviluppo della Carinzia. Non è un caso che questo gemellaggio, promosso anche grazie all'Ue, avvenga in una delle roccaforti di T2i, l'azienda speciale che l'anno scorso ha aggregato le agenzie d'innovazione delle Camere di Commercio di Treviso e Rovigo: 60 dipendenti, 5 milioni di euro di fatturato, la più grande agenzia pubblica sull'innovazione. «Dal punto di vista istituzionale – spiega Roberto Santolamazza, direttore generale di T2i e Fornace – il processo innescato con T2i è visto con grande interesse: la strada è segnata e T2i è a disposizione per fare da aggregatore in questa area». Alcune Camere si sono già fatte avanti, aggregare le funzioni potrebbe aprire grosse opportunità. Anche perché bisogna prepararsi a un'altra rivoluzione. Le piattaforme di *crowdfunding*, le startup come Desall che consentono alle piccole imprese artigiane di ingaggiare designer da tutto il mondo attraverso concorsi, e la realtà virtuale di Oculus Rift stanno per stravolgere ancora una volta il mercato. «Siamo in un momento unico nella storia –ha spiegato Riccardo Donadon, che si è confrontato con Luca Marzotto, Mariacristina Gribaudi e Maurizio Costabeber –. E' praticamente impossibile star dietro alle innovazioni, ma le possibilità sono enormi». In quali settori? Il Veneto ha scelto i suoi. «La Regione – ha spiegato l'assessore Maria Luisa Coppola - ha scelto di investire su 4 smart specialization: fashion, living, agroalimentare e meccatronica».



Dg Roberto Santolamazza

Lu.B.

Start up: una tartaruga meccanica sottomarina con la stampante 3D

Con la sua stampante 3D realizza prototipi su commissione. Ora sta sviluppando una sorta di "tartaruga subacquea" che possa camminare indisturbata sul fondo marino, teleguidata dalla terra ferma. Le applicazioni possono essere le più diverse: dalla ricerca di oggetti perduti, allo spostamento guidato delle boe, ad esempio. Lui è il giovane Massimo Bresolin, 25 anni, architetto. La sua idea è la sua start up, Mini Fab Lab, virtualmente incubata alla Fornace di Asolo, ieri tra le protagoniste dell'Open day 2014, una giornata interamente dedicata a svelare percorsi e prospettive del "digital manifacturing", che un recente report dell'Economist ha definito la Terza Rivoluzione Industriale. Oltre una trentina di start up hanno illustrato la loro attività, gli interessati hanno potuto partecipare a due workshop appositamente organizzati per l'evento e partecipare al convegno serale. Altro esempio di start up innovativa e vincente è quello di "Ecos Jewel", di Leonardo Pivato, Alberto Zampieri, con la collaborazione di Alessandra Crocetta. Questa realtà, sempre incubata ad Asolo, realizza gioielli unendo materiali preziosi e legno, recuperando la materia da sfridi produttivi e salvaguardando l'ambiente. «Attraverso il nostro sito on line l'utente può scegliere il proprio gioiello combinando i materiali tra loro, sono circa 1500 le soluzioni possibili» spiegano i ragazzi. Better Silver Spa, azienda vicentina, presente in 100 Paesi del mondo, con 600 punti vendita in Italia, ha appena chiesto di entrare con una quota in Ecos, per distribuire le loro creazioni nella sua rete vendita. C'è chi invece si occupa della comunicazione di prodotti tradizionali, in maniera innovativa: come Foongo Creative, un'agenzia di comunicazione poco convenzionale, di Daniel Perazzone e Valentina Assenza. Tra i clienti anche Latteria Montello, quelli dello stracchino Nonno Nanni per intenderci. La giornata si è conclusa con il convegno, incentrato sul digital manifacturing, cui hanno partecipato Maria Cristina Gribaudi di Keyline, Riccardo Donadon, patron di H Farm, Luca Marzotto, delegato dell'innovazione per Confindustria Veneto.

Serena Gasparoni

Le aziende centenarie sopravvivono alla crisi

FRANCESCO DAL MAS
CONEGLIANO (TREVISO)

«L'unica crisi pericolosa è la tragedia di non voler lottare per superarla». Ne è convinta Maria Cristiana Gribaudi, 6 figli, a capo della Keyline, fabbrica mondiale di chiavi, con sede nel Trevigiano. Non è solo una sua convinzione, ma anche quella – la prima di una classifica certificata dall' università di Verona – dei titolari delle 40 società ultracentenarie che riunite nell'Uisi, l'Unione delle imprese storiche italiane, mettono insieme ben 9.154 anni di storia imprenditoriale. Aziende che hanno resistito ad ogni avversità e che di fronte alla crisi si permettono di fare filosofia. Ma quale filosofia… «Il leader – sostengono, ad esempio – è chi riesce ad attaccare i propri sogni agli altri». Hanno in comune una certezza, queste ditte; certezza consolidata da secoli. «È possibile essere felici sul posto di lavoro».

Attenzione, non si tratta di provocazioni a buon mercato, ma dei risultati scientifici di una approfondita ricognizione svolta tra alcuni degli imprenditori più "storici" d'Italia, che, guarda caso, tutti motivano il loro successo con la tenuta della famiglia e la sua capacità di guardare avanti, di fare innovazione, di non fermarsi davanti a nessun ostacolo. La spa Baroni Ricasoli, che produce vini, grappe e olio d'oliva tra le colline del Chianti, affonda le radici nel 1141. Jacopus Turini, abile carozzaio di Scarperia, ancora nel 1369 si traferì a Firenze per registrare il suo Signum all'Arte dei Fabbri della città. Il nome della famiglia Amarelli è associato, sin dall'anno Mille, alla lavorazione della liquirizia, in Calabria. La tradizione laniera dei Piacenza risale al 1733, con l'avvio a Pollone, un borgo delle Prealpi biellesi, del Lanificio Piacenza. È in una valle delle Dolomiti, a Cibiana, che la famiglia Bianchi incomincia nel 1170 la produzione di chiavi ed oggi, in barba alla concorrenza cinese, produce duplicatrici perfino in quel lontano paese, «ma con la ferma decisione di restare in Italia, per garantirci una qualità impareggiabile», assicura Gribaudi. Longeve sì, queste imprese, ma – conferma Enrico Chiavacci della "Marchesi Antinori", anno di nascita il 1385 – ma con l'innovazione nel nostro dna, altrimenti alle nostre spalle non ci sarebbe stata tanta storia. Ecco perché Eugenio Alphandery, presidente dell' Uisi, è sicuro che entro la fine del 2014 gli anni saliranno a 10mila, con l'adesione di altre imprese. Amore e bellezza sono i due termini più consultati nel vocabolario Uisi. «L'amore per quello che si fa – spiega Claudio Baccarani, illustrando i risultati dell'indagine dell'ateneo scaligero - crea le condizioni per vivere il proprio lavoro, come se fosse un gioco, quasi non distinguendo fra tempo di lavoro e divertimento, seppur nella fatica, nelle ansie e nelle tensioni». La bellezza, cioè la qualità del bello – insiste Franco Torrinio, dell'Osservatorio Uisi – è etimologicamente legata al concetto di buono e così per questa via si perviene all'ultima parola dell'arcobaleno della longevità proiettata nel futuro: armonia. Le chiavi italiane - esemplifica Gribaudi - sono infatti le più armoniose del mondo, perché le più belle e le "più buone", perché affidabili.

C'è chi fa chiavi, chi vino, chi lana… Le aziende con oltre un secolo di storia supereranno anche questa Il segreto? Amare il proprio lavoro

© RIPRODUZIONE RISERVATA

A Conegliano 9.154 anni di storia d'impresa: ecco tutti i segreti

Riunite venerdì presso Keyline alcune delle imprese storiche ancora leader del mercato perché capaci di coniugare memoria e innovazione

Redazione · 5 Luglio 2014



Un momento dell'incontro

CONEGLIANO **- I brand ultracentenari del 'Made in Italy',** aderenti all'Unione imprese storiche italiane (Uisi), si sono dati appuntamento venerdì a Conegliano. Ad ospitare i rappresentanti delle 40 aziende associate che assieme costituiscono 9.154 anni di storia, **Keyline S.p.A.**, impresa che dal 1770 produce chiavi e duplicatrici.

Motivo dell'incontro, come ha spiegato in apertura il presidente **Eugenio Alphandery**: la presentazione della ricerca curata dal dipartimento di Economia aziendale dell'Università di Verona sul tema della longevità d'impresa. Si tratta in buona parte di piccole e medie imprese famigliari in cui la proprietà coincide con il management. Il loro è un processo per la maggioranza di tipo artigianale. Oltre il 53% delle 27 imprese storiche intervistate, alcune anche del Veneto, ha registrato negli ultimi 5 anni una crescita di fatturato. "Sono imprenditori – **ha spiegato il prof. Claudio Baccarani, ordinario di economia aziendale all'Università di Verona** – che amano il prodotto che fanno, sanno coniugare il bello all'utile, sentono il senso di responsabilità sociale e collocano al primo posto la centralità della risorsa umana". La tradizione come la cultura – per usare un'espressione di Franco Torrini storico dell'Uisi - sono vissute come additivi al carburante necessario per stare in modo competitivo sui mercati internazionali.

Longevità, memoria e competitività d'impresa sono stati poi oggetto di un confronto tra alcuni rappresentanti di aziende storiche: Mariacristina Gribaudi di Keyline - Gruppo Bianchi 1770, Jacopo Poli, Poli Distillerie 1898, Enrico Chiavacci, Marchesi Antinori 1385 e Roberto Papetti, direttore del Gazzettino 1887. Tutti hanno ribadito l'importanza di sentirsi espressione di un territorio in cui l'impresa ha scelto di continuare a rimanere con i suoi siti produttivi (nessuna delocalizzazione quindi) e a cui dare particolare risalto (il caso del Gazzettino, quotidiano 'di vicinanza' alla gente, come ha ricordato il direttore)

MARCHI CENTENARI

Il 75% ha migliorato le performance aziendali solo il 6% produce all'estero





SCENARI «Il momento di crisi è un battito di ciglia, non dobbiamo avere paura» - dice Mariacristina Gribaudi, presidente di Bianchi 1770 e vicepresidente dell'Uisi, l'unione delle imprese storiche italiane

L'impresa longeva investe nel futuro e guida i cambiamenti

Elisa Giraud
CONEGLIANO (TV)

LO STUDIO Il rapporto sui brand italiani ultracentenari presentato ieri nella sede della Keyline di Conegliano, in foto a fianco

L'impresa longeva è quella che sa allearsi con il tempo e il divenire dei fatti che lo caratterizzano. L'elisir di lunga vita aziendale, secondo i brand italiani ultracentenari che si sono dati appuntamento ieri alla Keyline spa di Conegliano (Treviso), è far tesoro della memoria, ma non temere il cambiamento e avere un occhio di riguardo per l'innovazione. L'incontro è stato l'occasione per presentare la ricerca condotta dal dipartimento di economia aziendale dell'università di Verona sul tema «Longevità d'impresa e costruzione del futuro».

La fotografia scattata dalla ricerca curata da Chiara Rossato, del dipartimento di economia aziendale dell'università di Verona, ritrae i tratti essenziali che accomunano le aziende longeve italiane, di cui fanno parte molte imprese del Nordest: sono piccole o medie imprese, per lo più artigiane, che offrono un prodotto non standardizzato e che sono a conduzione famigliare. Osservando l'andamento del fatturato di queste aziende, nel quinquennio 2007-2012, emerge che per il 75% le performance sono positive o stabili, solo il 25% ha registrato un calo. Il 63% delle imprese si affida a terzi per essere supportata nella produzione, ma la maggior parte individua i propri fornitori all'interno dei confini provinciali o al più regionali. Soltanto il 6% produce anche all'estero. A questo proposito, «produrre in Italia, in questo momento - ha detto Eugenio Alphandery, presidente dell'Uisi, l'unione delle imprese storiche italiane - può essere molto costoso e implica avere un pizzico di follia, ma può fare la differenza». Come a dire che il made in Italy non ha eguali ed è un punto di forza delle aziende, non un punto debole.

«L'Italia ha bisogno di noi, dobbiamo esserci, - ha confermato Mariacristina Gribaudi, presidente di Bianchi 1770 group e vice presidente Uisi - ed è sul territorio che abbiamo bisogno di essere supportati». Gribaudi «Think new» come recita lo slogan dell'azienda, e pensa anche positivo: «questo momento di crisi è solo un battito di ciglia - ha detto - non dobbiamo essere travolti dalla paura». Del resto per aziende che, come ha sottolineato Claudio Baccarani, professore alla facoltà di economia aziendale dell'università di Verona, «sono passate attraverso guerre, pestilenze, crisi e cambi generazionali, non può essere altrimenti» e soprattutto possono essere da esempio per molte altre realtà. Dalla ricerca è emerso pure che al primo posto dei fattori di longevità, le imprese hanno indicato la passione per quello che si fa, motore che fa muovere positivamente tutto il complesso meccanismo e che è parte del patrimonio di queste imprese storiche, unico al mondo.

© riproduzione riservata

La lezione delle aziende centenarie

Dalla Keyline alla Garbellotto: «Così coniughiamo tradizione e mercati globali»

Le chiavi della ripresa passano per le aziende più longeve. Hanno più di 100 anni, maturano un'età complessiva di 9.154 anni e dall'alto della loro età non minacciano di scappare, ma ribadiscono che vogliono restare in Italia, facendo innovazione. Non solo, anche occupazione. I brand ultracentenari del 'Made in Italy', aderenti all'Unione imprese storiche italiane (Uisi), si sono incontrati ieri a Conegliano, ospiti della Keyline spa che dal 1770 produce chiavi e duplicatrici. Tra di loro la Garbellotto di Conegliano, anno di nascita 1775, la Poli Distellerie di Schiavon, in provincia di Vicenza (1898), la Fratelli Alinari di Firenze (1852), la Marchesi Antinori di Firenze, le cui origini risalgono ancora al 1385, la Barone Ricasoli di Castello di Brolio, ancora più anziana (1141).

In gran parte piccole aziende, a dimensione familiare, che per tanti aspetti soffrono più dei giganti. Invece il futuro



Il tavolo dei relatori al convegno di ieri a Conegliano

è nelle loro mani. «Si tratta in buona parte di imprese in cui la proprietà coincide con il management. Il loro è un processo per la maggioranza di tipo artigianale», ha spiegato il presidente dell'Unione, Eugenio Alphandery. «Oltre il 53% di queste imprese ha registrato negli ultimi cinque anni una crescita di fatturato». «Sono imprenditori», ha confermato Claudio Baccarani, docente di economia aziendale all'università di Verona, «che amano il prodotto che fanno, sanno coniugare il bello all'utile, sentono il senso di responsabilità sociale e collocano al primo posto la centralità della risorsa umana». La tradizione come la cultura - per usare un'espressione di Franco Torrini, storico dell'Uisi - sono vissute come additivi al carburante necessario per stare in modo competitivo sui mercati internazionali. Mariacristina Gribaudi, amministratrice della Keyline, ha confessato di aver preso letteralmente paura, insieme al socio e compagno di vita Massimo Bianchi quando i cinesi hanno cominciato a fabbricare chiavi. «È stata, in verità, una fortuna, perché si sono fatti male da soli. Le chiavi si rompevano, non erano di qualità. A quel punto siamo andati noi a vendere i nostri prodotti in Cina ed è stato un successo. Ma restiamo in Italia perché questa è la terra della bellezza. Qui vogliamo mantenere le radici, nonostante le difficoltà, perché altrimenti è impossibile far volare le future generazioni". Fra i 120 collaboratori, Gribaudi e Bianchi ne hanno ben 30 che si dedicano alla ricerca.

Francesco Dal Mas

© RIPRODUZIONE RISERVATA

MARCHI CENTENARI

Memoria e innovazione ricetta della longevità

TREVISO - Memoria e competitività di impresa, i brand centenari si incontrano oggi venerdì 4 luglio (dalle 11) a Conegliano per un confronto sui temi della ricerca, della longevità, della tradizione, dell'innovazione ed anche per riaffermare il primato di quel Made in Italy storico e di qualità. La manifestazione è organizzata dall'Unione Imprese Storiche Italiane - associazione che dal 2000 riunisce realtà di Toscana, Veneto, Calabria e Piemonte - l'Auditorium Camillo Bianchi di Keyline, impresa storica veneta che progetta e realizza soluzioni innovative per la duplicazione di chiavi.

Marchi storici: imprenditori a confronto

TREVISO - Perché un brand, un marchio aziendale, resiste negli anni e contribuisce a formare la storia economica di una paese?

Una risposta uscirà al termine del confronto tra gli imprenditori dei marchi più longevi del made in Italy (saranno almeno un centinaio) che si troveranno domani, venerdì, alla Keyline per un confronto aperto sui temi della longevità dal titolo "Memoria e competitività d'impresa, il ruolo dei brand ultracentenari".

INCONTRO DI AZIENDE ULTRACENTENARIE A CONEGLIANO

"Memoria e competitività d'impresa: i brand ultracentenari si incontrano a Conegliano" è il tema del convegno che si tiene venerdì 4 luglio con inizio alle 11 nell'auditorium Camillo Bianchi presso la Keyline spa di Conegliano. Ad ospitare l'evento è la storica impresa veneta che progetta e realizza soluzioni innovative per la duplicazione di chiavi. Partecipano all'incontro alcuni dei più prestigiosi brand italiani con almeno 100 anni di attività per confrontarsi sui temi della longevità alla presenze di imprenditori che hanno scritto la storia del "made in Italy".

Il programma dei lavori comprende la presentazione della ricerca "Longevità d'impresa e costruzione del futuro" da parte di Chiara Rossato, del Dipartimento di economia aziendale dell'Università di Verona. Si parlerà quindi di "Memoria e competitività d'impresa" nel corso di un dibattito moderato da Claudio Baccarani (ordinario dell'Università di Verona) con la presenza, in veste di ospiti, di Lorenzo Becattini (Toscana Energia 1845), Massimo Bianchi (Strategic Planner Keyline spa), Enrico Chiavacci (direttore marketing della Marchesi Antinori 1385), Jacopo Poli (Poli Distillerie 1898).

L'incontro è organizzato dall'Unione Imprese Storiche Italiane, associazione che dal 2000 riunisce realtà di Toscana, Veneto, Calabria e Piemonte.

Triathlon Cross: altro titolo della Ligerteam Keyline con De Paoli

A Dongo, sul lago di Como, la società coneglianese vince il titolo italiano e raggiunge un terzo posto nel femminile con Greta Vettorata

Redazione · 3 Luglio 2014



CONEGLIANO - **Altro titolo italiano per il Ligerteam Keyline**. Domenica scorsa **Mattia De Paoli** si è riconfermato **campione tricolore nel Triathlon cross** a Dongo, sul lago di Como. L'atleta ha preceduto il suo **compagno di squadra Massimo Cigana**, il quale reduce dall'ottimo secondo posto agli **Italiani Half ironman**, ha dovuto faticare, dopo una serie di cadute in bici, per agguantare con un'ottima frazione podistica il secondo gradino del padio. E' stata una gara avvincente, resa molto difficile dalle condizioni meteo avverse e da un percorso in bike durissimo e molto tecnico che ha visto i due atleti darsi battaglia fino all'ultimo metro. De Paoli ha prevalso grazie ad una frazione bike che ha fatto la differenza.

Il successo della squadra portacolori dell'**azienda di Conegliano** è stato completato dal terzo posto nella gara femminile di Greta Vettorata, atleta che si è presa un'altra bella soddisfazione dopo aver vinto il titolo italiano di **Winter Triathlon**.

Grande la soddisfazione di tutti i componenti del Ligerteam Keyline che in questa stagione sta mietendo innumerevoli successi grazie ad una squadra di atleti ben affiatata e motivata, dimostrando di essere una delle **realtà più competitive a livello nazionale ed internazionale**.

cultura

Dalle fucine del Cadore alla Keyline di Conegliano

La storia delle chiavi dei Bianchi

La collana Storie d'impresa, edita da Maggioli e curata da Claudio Ruggiero, ricercatore e narratore d'aziende storiche e familiari, ha dedicato un volume alla storia imprenditoriale della famiglia Bianchi, che oggi, attraverso l'erede Massimo, è a capo della Keyline di Conegliano. Il racconto ha inizio nel 1770 quando il capostipite, Matteo, inizia l'attività di fabbro nelle fucine di Cibiana di Cadore. Da quella data sono trascorsi quasi 250 anni durante i quali, senza alcuna interruzione, la famiglia Bianchi, unica al mondo, ha continuato a produrre chiavi e, più di recente, macchine per la loro duplicazione.
Il libro (226 pagine) è stato presentato in un incontro a Castelbrando di Cison di Valmarino, alla presenza, tra gli altri, del Presidente di Unindustria Treviso, Alessandro Vardanega. Ne hanno parlato con l'autore Claudio Ruggiero, Massimo Bianchi, imprenditore ed esponente della settima generazione della famiglia Bianchi, Mariacristina Gribaudi, Amministratrice Unica di Keyline e Giorgio Brunetti, Professore emerito di Strategia e politica aziendale all'Università Bocconi di Milano.



Una narrazione efficace, quella di Ruggiero, coadiuvata da un ricco apparato iconografico, che esalta il legame della famiglia al territorio e il contributo che essa ha dato all'evoluzione della 'chiave', oggetto di uso comune che Camillo Bianchi, pioniere del concetto della 'duplicazione', ha esportato nel mondo e trasformato in oggetto tecnologico e di bellezza.
Emerge la storia di ormai otto generazioni di imprenditori nel cui sangue scorre il ferro, quello forgiato nella fucina di Cibiana e quello utilizzato oggi per dare vita, come macchinari moderni, alle chiavi di ogni forma e colore. Il volume presenta un'appendice che illustra un vero e proprio tesoro custodito in un'ala della fabbrica di Conegliano, in via Camillo Bianchi: la più ricca e ampia collezione privata di chiavi d'Europa. Chiavi di ogni forma, fattura e periodo (si inizia nell'epoca egizia), fino alle più sofisticate chiavi elettroniche. Migliaia di pezzi che ora la famiglia Bianchi sta facendo catalogare per poterla presentare al territorio, in particolare alle scolaresche che fanno visita all'azienda. Keyline S.p.A. è attiva nella progettazione e nella produzione di chiavi, macchine duplicatrici meccaniche ed elettroniche, ed è leader nella tecnologia delle chiavi per auto dotate di transponder. Essa fa parte del Gruppo Bianchi 1770, rappresentandone il fulcro strategico e tecnologico nella produzione di qualsiasi tipo di chiave e nella progettazione e realizzazione di macchine duplicatrici.



TRIATHLON Half Ironman: titolo a squadre per Cigana, Cauz, Dalla Venezia e Nicoletti

Tricolore alla Ligerteam Keyline



PROTAGONISTI Cigana e la squadra campione nell'Half Ironman

CONEGLIANO - Il triathlon è stato uno degli amori sportivi di Massimo Bianchi, imprenditore a capo della Keyline, azienda storica di Conegliano che produce chiavi e macchine duplicatrici. E dopo essere stato tra i pionieri di questa disciplina conosciuta durante i suoi soggiorni negli Stati Uniti, con sponsor la Keyline a Barberino del Mugello, la Ligerteam Keyline è diventata campione d'Italia nella specialità half Ironman.

Il tutto con un grande e inossidabile Massimo Cigana giunto secondo e gli ottimi piazzamenti per Francesco Cauz, Marco Dalla Venezia e Marco Nicoletti.

«Con il Ligerteam, che valorizza i talenti locali, preferendoli agli atleti stranieri - sostengono alla Keyline - ora dal vivaio stanno uscendo dei campioni che hanno permesso di formare un super team a km 0 e vincere, domenica scorsa il titolo italiano sulla distanza Half Ironman».

Massimo Cigana, approdato al triathlon a seguito della riabilitazione seguita ad un gravissimo incidente in bici che pareva aver compromesso ogni sua aspirazione in campo sportivo, in questa stagione ha collezionato già cinque vittorie ed è campione italiano uscente, ma a portare punti sono stati anche il decimo posto di Francesco Cauz e un insperato tredicesimo del ventenne Marco Dalla Venezia, all'esordio sulla distanza. Il triathlon su distanza Half Ironman è gara dura e insidiosa che prevede 1900 metri a nuoto, 90 km in bici e per finire 21 km di corsa. Questo successo indica che la strada intrapresa è quella giusta e arricchisce il già nutrito palmares ciclistico della provincia.

Fulvio Fioretti

Keyline campione: la squadra di triathlon conquista il titolo italiano

La vittoria degli atleti di Ligerteam Keyline è ancora più preziosa perché ottenuta in una gara dura e difficile, piena di insidie

Redazione · 27 Giugno 2014



CONEGLIANO - Massimo Bianchi, a capo di Keyline, azienda storica di Conegliano che produce chiavi e macchine duplicatrici, è stato tra i pionieri del triathlon, disciplina conosciuta durante i suoi soggiorni negli Stati Uniti, dove è nata, e 'importata' in Italia negli anni Ottanta. **Oggi Keyline sponsorizza una squadra, il Ligerteam,** che valorizza i talenti locali, preferendoli agli atleti stranieri. Dal vivaio stanno uscendo dei campioni che hanno permesso al super team 'a km zero' di vincere, domenica scorsa a Barberino del Mugello, il titolo italiano della disciplina sulla distanza Half Ironman. Il successo, ottenuto a Barberino del Mugello**, è frutto dell'ottimo secondo posto di Massimo Cigana,** autore in questa stagione già di cinque vittorie e campione italiano uscente, del decimo posto di Francesco Cauz e dello sbalorditivo tredicesimo posto del ventenne Marco Dalla Venezia all'esordio sulla distanza. La vittoria degli atleti di Ligerteam Keyline è ancora più preziosa perché ottenuta in una gara dura e difficile, piena di insidie come è il triathlon su distanza Half Ironman che prevede 1900 metri a nuoto, 90 km in bici e per finire 21 km di corsa.

Un titolo che va ad arricchire il notevole palmares del Ligerteam affermatosi anche in campo internazionale. In questo nuovo successo la squadra targata Keyline, è stata trascinata da Massimo Cigana, straordinario atleta, gregario di Pantani, approdato al triathlon a seguito della riabilitazione seguita ad gravissimo incidente in bici che pareva aver compromesso ogni sua aspirazione in campo sportivo. La sua determinazione che lo ha portato ad ottenere anche alcuni record italiani è la spinta che trascina il Ligerteam verso nuovi successi.

RASSEGNA STAMPA

Testata	iFerr
Uscita	maggio 2014
N. pagine	1/3

in primo piano



Massimo Bianchi





Nasce Keyline Italia

34



L'azienda, che ha sede a Conegliano in provincia di Treviso, è decisamente innovativa, nel contesto globale della progettazione e produzione di chiavi e macchine duplicatrici meccaniche ed elettroniche. È punto di riferimento nella tecnologia delle chiavi auto con transponder, e mantiene un focus costante nell'innovazione continua di prodotto e di servizi per gli specialisti della sicurezza. E da oggi vuole essere ancora più vicina al mercato italiano, con una filiale dedicata.

Da azienda poco più che artigianale, Keyline si è confermata nel giro di un triennio una vera e propria impresa industriale, capace di costruire un brand importante, un successo reso possibile anche grazie a un network di filiali che operano in Germania, Stati Uniti, Cina, UK e, recentemente, in Italia, e perfettamente integrato con una rete formata da oltre 60 distributori in tutto il mondo.
Altro elemento di spicco è l'elevata competenza tecnologica che ha permesso a Keyline di siglare partnership decisive, con i maggiori gruppi nel settore dei ricambi automobilistici, per la fornitura di chiavi trasponder e, soprattutto, di tecnologie per la duplicazione di chiavi realizzate su misura per il mercato americano. Una crescita in termini di fatturato, volumi produttivi e struttura qualificata, visto che Keyline oggi conta oltre 100 dipendenti, di cui 12 tra ingegneri, progettisti e programmatori, con ampie competenze nell'elettronica e nella meccanica, e personale multilingue per garantire la presenza e l'assistenza ai propri clienti in tutto il mondo. La continua evoluzione, tocca anche l'area commerciale Italia, che in questi ultimi mesi è stata riorganizzata e ripensata. Ma a quale risultato si è arrivati? E come cambierà la struttura aziendale e il rapporto con la distribuzione? Ecco di cosa abbiamo parlato con Massimo Bianchi, che di Keyline è l'amministratore

in primo piano



unico.

iFerr: Allora, ci racconti, che cosa è successo in Keyline in questi ultimi mesi?

M.B.: Abbiamo colto l'opportunità di presidiare direttamente il mercato italiano attraverso la nuova filiale Keyline Italia, e di proseguire nel nostro percorso di crescita globale. Keyline Italia contribuisce ad aumentare la nostra capacità di seguire e servire al meglio un mercato strategico come l'Italia, di mantenere il contatto diretto con i clienti, e si pone come elemento fondamentale nel percorso di crescita strutturale che Keyline sta vivendo ininterrottamente da anni.

iFerr: Cosa è cambiato a livello societario e organizzativo?

M.B.: Ho assunto il ruolo di amministratore unico di Keyline Italia, sempre mantenendo l'incarico di strategic planner di Keyline. Questo per garantire la continuità nella visione che ha accompagnato la crescita del gruppo negli anni e in tutto il mondo. Con Keyline Italia cresce il network di filiali incaricate di seguire importanti mercati in presa diretta. Se poi si va a vedere cosa sia cambiato nel DNA aziendale, posso rispondere che, di fatto, non è cambiato nulla. La struttura organizzativa che contraddistingue Keyline per snellezza ed elevate competenze del personale è confermata, così come l'attenzione verso il cliente a cui garantiamo sempre prodotti e un servizio di assistenza di riferimento.

iFerr: I clienti italiani quindi cosa devono aspettarsi?

M.B.: Servizi potenziati e maggiore vicinanza a Keyline. Tutti i clienti avranno il vantaggio di essere in contatto diretto con l'azienda e il suo staff. Abbiamo voluto confermare quanto di utile e funzionale è stato sin qui svolto per la distribuzione italiana, con l'aggiunta di alcune novità di servizio pensate per supportare al meglio questo importante mercato.

iFerr: Ci racconta, in sintesi, servizi che erogate, e i loro specifici valori aggiunti?

M.B.: Keyline Italia conta su una rete vendita capillare ed è in grado di servire ogni regione d'Italia, non solo per quanto riguarda la presentazione e la promozione dei prodotti Keyline ma anche in termini di servizio di assistenza tecnica e di post-vendita. Infatti, Keyline Italia si avvale del contributo diretto della casa madre, il che significa che è in grado di mettere a disposizione del cliente competenze tecniche di primissimo livello, oltre a una serie di servizi maturati e affinati negli anni e nei principali mercati europei e mondiali in cui operiamo.

iFerr: Quali vantaggi commerciali proponete?

M.B.: La nascita di Keyline Italia mette a diretta disposizione del cliente le elevate competenze dei diversi team di lavoro attivi in Keyline. Dall'assistenza tecnica, ma anche dal punto di vista commerciale e marketing. Il tutto per garantire al cliente un servizio non solo sul prodotto ma anche per migliorare l'esperienza di utilizzo delle nostre soluzioni, e sostenere al contempo il ciclo di vendita fino al consumatore finale. Un approccio completo, pensato per affiancare il cliente nelle proprie attività.

iFerr: A proposito di cambiamenti, in Keyline come si sta affrontando la questione del cambio generazionale?

M.B.: Il nome Bianchi è sinonimo di chiavi da oltre due secoli, dal 1770 a quanto ci dicono le testimonianze storiche. Da allora sino a oggi si sono succedute sette generazioni ininterrottamente. E tutte hanno prodotto chiavi. Oggi l'ottava generazione sta facendo il proprio ingresso in questa attività. E tutto sta avvenendo come da tradizione, mi verrebbe da dire: premiando l'impegno e la passione, lavorando sul campo, sviluppando nuovi prodotti e aprendo nuovi mercati. Tutto in un'ottica di confronto aperto, sempre allargato anche ai team di lavoro di cui ogni membro della famiglia è parte.

iFerr: E quanto - e in quali aree specifiche di competenza - è importante il contributo delle nuove generazioni per l'evoluzione del nostro mercato?

M.B.: Keyline è votata all'innovazione. Non è pensabile innovare in modo continuo se non si coinvolgono menti giovani con idee fresche. A loro spetta il compito di portare in azienda tendenze nuove. La visione internazionale, l'attenzione alle tecnologie emergenti, lo stimolo a pensare l'approccio strategico in modo alternativo, anche non convenzionale o tradizionale, sono alcuni dei contributi che i miei figli stanno portando in Keyline. Il loro impatto, decisamente innovativo, ha avuto riscontri da subito positivi in azienda. E i dati lo dimostrano.

AZIENDA LEADER

Keyline apre un ufficio commerciale a Roma

TREVISO - (zan) Dopo Stati Uniti, Cina, Germania e Inghilterra, Keyline sbarca anche in Italia con una filiale commerciale. L'azienda leader nel settore delle chiavi, della tecnologia a trasponder e dei macchinari per realizzarla, pur producendo tutti i suoi articoli nel quartier generale di Conegliano ed esportando in 50 paesi, non aveva finora una struttura commerciale dedicata al Belpaese: lacuna colmata con l'inaugurazione, nei giorni scorsi, della sede di Roma. Con questa operazione, il gruppo trevigiano mira ad acquisire nuovi clienti, oltre a potenziare il servizio verso quelli già "in portafoglio". «Una scelta, quella di puntare ulteriormente sul mercato di casa -spiega Massimo Bianchi, amministratore unico di Keyline Italia srl- che ha già trovato riscontri positivi in occasione di alcuni eventi italiani ai quali siamo stati presenti per dare visibilità ai nostri prodotti».

Nasce la filiale Keyline Italia

Dopo Stati Uniti, Cina, Germania e Inghilterra, per crescere ancora sul mercato del nostro Paese, Keyline SpA inaugura la nuova filiale Keyline Italia Srl. Lo ha annunciato Massimo Bianchi, strategic planner di Keyline e adesso anche amministratore unico di Keyline Italia. L'azienda opera nel mercato delle duplicatrici elettroniche e meccaniche, tecnologia trasponder e chiavi. La nuova filiale nasce per seguire ogni cliente con un servizio di assistenza tecnica di primo livello, fornendo anche un supporto per promuovere iniziative ed eventi per dare la massima visibilità ai prodotti Keyline.

Nuova sede a Roma per la Keyline Rete vendite al top



Keyline, così fortemente orientata all'export non molla il mercato italiano e inaugura una nuova filiale ad esso interamente dedicata. Dopo Usa, Cina, Germania e Inghilterra, Keyline spa, azienda di Conegliano (in foto), inaugura la nuova filiale Keyline Italia S.r.l. per crescere ulteriormente nel mercato di casa: avrà sede a Roma e una rete di vendita in grado di coprire l'intero territorio nazionale. Ad annunciarlo Massimo Bianchi ora amministratore unico dell'azienda leader nel mercato delle duplicatrici elettroniche e meccaniche, tecnologia trasponder e chiavi. Attraverso la costituzione della nuova filiale Keyline ha in programma di consolidare la propria presenza nel mercato grazie a un servizio di vendita e assistenza studiato per servire al meglio i clienti. (s.g.)

Nasce Keyline Italia

08/05/2014



L'azienda, che ha sede a Conegliano in provincia di Treviso, è decisamente innovativa, nel contesto globale della progettazione e produzione di chiavi e macchine duplicatrici meccaniche ed elettroniche. È punto di riferimento nella tecnologia delle chiavi auto con transponder, e mantiene un focus costante nell'innovazione continua di prodotto e di servizi per gli specialisti della sicurezza. E da oggi vuole essere ancora più vicina al mercato italiano, con una filiale dedicata.

Da azienda poco più che artigianale, Keyline si è confermata nel giro di un triennio una vera e propria impresa industriale, capace di costruire un brand importante, un successo reso possibile anche grazie a un network di filiali che operano in Germania, Stati Uniti, Cina, UK e recentemente, in Italia, e perfettamente integrato con una rete formata da oltre 60 distributori in tutto il mondo.
Altro elemento di spicco è l'elevata competenza tecnologica che ha permesso a Keyline di siglare partnership decisive con i maggiori gruppi nel settore dei ricambi automobilistici, per la fornitura di chiavi trasponder e, soprattutto, di tecnologie per la duplicazione di chiavi realizzate su misura per il mercato americano.
Una crescita in termini di fatturato, volumi produttivi e struttura qualificata, visto che Keyline oggi conta oltre 100 dipendenti, di cui 12 tra ingegneri, progettisti e programmatori, con ampie competenze nell'elettronica e nella meccanica, e personale multilingue per garantire la presenza e l'assistenza ai propri clienti in tutto il mondo. La continua evoluzione, tocca anche l'area commerciale Italia, che in questi ultimi mesi è stata riorganizzata e ripensata. Ma a quale risultato si è arrivati? E come cambierà la struttura aziendale e il rapporto con la distribuzione? Ecco di cosa abbiamo parlato Massimo Bianchi, che di Keyline è l'amministratore unico.

iFerr: Allora, ci racconti, che cosa è successo in Keyline in questi ultimi mesi?
M.B.: Abbiamo colto l'opportunità di presidiare direttamente il mercato italiano attraverso la nuova filiale Keyline Italia, e di proseguire nel nostro percorso di crescita globale. Keyline Italia contribuisce ad aumentare la nostra capacità di seguire e servire al meglio un mercato strategico come l'Italia, di mantenere il contatto diretto con i clienti, e si pone come elemento fondamentale nel percorso di crescita strutturale che Keyline sta vivendo ininterrottamente da anni.

iFerr: Cosa è cambiato a livello societario e organizzativo?
M.B.: Ho assunto il ruolo di amministratore unico di Keyline Italia, sempre mantenendo l'incarico di strategic planner di Keyline. Questo per garantire la continuità nella visione che ha accompagnato la crescita del gruppo negli anni e in tutto il mondo. Con Keyline Italia cresce il network di filiali incaricate di seguire importanti mercati in presa diretta. Se poi si va a vedere cosa sia cambiato nel DNA aziendale, posso rispondere che, di fatto, non è cambiato nulla. La struttura organizzativa che contraddistingue Keyline per snellezza ed elevate competenze del personale è confermata, così come l'attenzione verso il cliente a cui garantiamo sempre prodotti e un servizio di assistenza di riferimento.

iFerr: I clienti italiani quindi cosa devono aspettarsi?
M.B.: Servizi potenziati e maggiore vicinanza a Keyline. Tutti i clienti avranno il vantaggio di essere in contatto diretto con l'azienda e il suo staff. Abbiamo voluto confermare quanto di utile e funzionale è stato sin qui svolto per la distribuzione italiana, con l'aggiunta di alcune novità di servizio pensate per supportare al meglio questo importante mercato.

iFerr: Ci racconta, in sintesi, servizi che erogate, e i loro specifici valori aggiunti?
M.B.: Keyline Italia conta su una rete vendita capillare ed è in grado di servire ogni regione d'Italia, non solo per quanto riguarda la presentazione e la promozione dei prodotti Keyline ma anche in termini di servizio di assistenza tecnica e di post-vendita. Infatti,Keyline Italia si avvale del contributo diretto della casa madre, il che significa che è in grado di mettere a disposizione del cliente competenze tecniche di primissimo livello, oltre a una serie di servizi maturati e affinati negli anni e nei principali mercati europei e mondiali in cui operiamo.

iFerr: Quali vantaggi commerciali proponete?
M.B.: La nascita di Keyline Italia mette a diretta disposizione del cliente le elevate competenze dei diversi team di lavoro attivi in Keyline. Dall'assistenza tecnica, ma anche dal punto di vista commerciale e marketing. Il tutto per garantire al cliente un servizio non solo sul prodotto ma anche per migliorare l'esperienza di utilizzo delle nostre soluzioni, e sostenere al contempo il ciclo di vendita fino al consumatore finale. Un approccio completo, pensato per affiancare il cliente nelle proprie attività.

iFerr: A proposito di cambiamenti, in Keyline come si sta affrontando la questione del cambio generazionale?
M.B.: Il nome Bianchi è sinonimo di chiavi da oltre due secoli, dal 1770 a quanto ci dicono le testimonianze storiche. Da allora sino a oggi si sono succedute sette generazioni ininterrottamente. E tutte hanno prodotto chiavi. Oggi l'ottava generazione sta facendo il proprio ingresso in questa attività. E tutto sta avvenendo come da tradizione, mi verrebbe da dire: premiando l'impegno e la passione, lavorando sul campo, sviluppando nuovi prodotti e aprendo nuovi mercati. Tutto in un'ottica di confronto aperto, sempre allargato anche ai team di lavoro di cui ogni membro della famiglia è parte.

iFerr: E quanto (e in quali aree specifiche di competenza) è importante il contributo delle nuove generazioni per l'evoluzione del nostro mercato?
M.B.: Keyline è votata all'innovazione. Non è pensabile innovare in modo continuo se non si coinvolgono menti giovani con idee fresche. A loro spetta il compito di portare in azienda tendenze nuove. La visione internazionale, l'attenzione alle tecnologie emergenti, lo stimolo a pensare l'approccio strategico in modo alternativo, anche non convenzionale o tradizionale, sono alcuni dei contributi che i miei figli stanno portando in Keyline. Il loro impatto, decisamente innovativo, ha avuto riscontri da subito positivi in azienda. E i dati lo dimostrano.

Nasce Keyline Italia

07 May 2014



Dopo Usa, Cina, Germania e Inghilterra, **Keyline S.p.A.** inaugura la nuova filiale **Keyline Italia S.r.l.** per crescere ulteriormente nel mercato di casa. Ad annunciarlo è **Massimo Bianchi**, Strategic Planner di Keyline – azienda di riferimento nel mercato delle duplicatrici elettroniche e meccaniche, tecnologia trasponder e chiavi – ora anche Amministratore Unico di Keyline Italia S.r.l.
Keyline Italia, con sede a Roma e una rete di vendita in grado di coprire l'intero territorio nazionale, rappresenta un passaggio fondamentale nel percorso di crescita di Keyline. Attraverso la costituzione della nuova filiale, infatti, **l'azienda di Conegliano ha in programma di consolidare la propria presenza nel mercato italiano grazie a un servizio di vendita e assistenza appositamente studiato per servire al meglio clienti attuali e potenziali.** Keyline Italia, infatti, sarà in grado di seguire ogni cliente grazie a un servizio di assistenza tecnica di primo livello e di favorirne allo stesso tempo il percorso di crescita, fornendo pieno supporto nella promozione di eventi e iniziative pensati per dare massima visibilità ai prodotti Keyline, che si collocano ai vertici nel mondo del key business per qualità, tecnologia e affidabilità.

07/05/2014

NASCE LA FILIALE KEYLINE ITALIA

Si dedicherà al servizio di vendita e assistenza tecnica su tutto il territorio nazionale

Dopo Stati Uniti, Cina, Germania e Inghilterra, per crescere ancora sul mercato del nostro Paese, Keyline SpA inaugura la nuova filiale Keyline Italia Srl. Lo ha annunciato Massimo Dianchi, strategic planner di Keyline e adesso anche amministratore unico di Keyline Italia.

L'azienda opera nel mercato delle duplicatrici elettroniche e meccaniche, tecnologia trasponder e chiavi e i suoi prodotti sono usati anche nelle ferramenta. La nuova filiale nasce per seguire ogni cliente con un servizio di assistenza tecnica di primo livello, fornendo anche un supporto per promuovere iniziative ed eventi per dare la massima visibilità ai prodotti Keyline.

RASSEGNA STAMPA

Testata	Conquiste del Lavoro
Uscita	24 aprile 2014
N. pagine	1/2



Un'azienda di corsari nel mercato globale

Conegliano V. *(dal nostro inviato)* - Paolo Borsato ha un paio di stampelle con cui si aggira sicuro tra gli ambienti della sua azienda, ˇla Keyline, il cui nome campeggia anche sulla sua felpa blu, che indossa con orgoglio. Cinque anni fa, alle soglie dei 50 anni, gli ˇviene diagnosticato un cancro allo stomaco. E' l'inizio di un calvario fatto di operazioni e chemioterapia. Avrebbe potuto trascorrerlo protetto tra quattro mura domestiche, ma Paolo in fabbrica si trova come a casa e proprio nel lavoro trova la forza e la motivazione per combattere e sconfiggere la malattia. Paolo, con la sua determinazione e la capacità di stringere i denti, ha lo spirito della regione in cui è nato. E il Veneto di colpi ne ha presi. L'ultimo caso di cui ci siamo occupati sulle pagine di questo giornale è quello dell'Electrolux, ma di aziende che hanno presentato il conto della crisi ai propri dipendenti ce ne sono un'infinità. Dal 2008 ad oggi - racconta Alessio Lovisotto della Fim Cisl di Treviso - non c'è stata settimana in cui non siano stati messi lavoratori in cassintegrazione. "Pensavamo di aver toccato il fondo nel 2013, - aggiunge - ma dall'inizio di quest'anno sono già due le aziende della zona che hanno dichiarato fallimento e ogni giorno 120 lavoratori vanno ad aggiungersi nelle liste di mobilità". Per questo la Keyline della famiglia Bianchi, specializzata nella produzione di chiavi e macchine duplicatrici con due secoli e mezzo di storia alle spalle, fa notizia: negli anni della crisi ha puntato sulla conquista di nuovi mercati ed ha avuto ragione. Oggi la produzione, tutta rigorosamente made in Italy, è per l'85% destinata all'estero, con un fatturato salito nel 2013 a quota 18,6 milioni di euro (+11% rispetto al 2012). Una di quelle aziende all'avanguardia che per il sindacato rappresenta una nuova sfida: su circa un centinaio di dipendenti solo una ventina sono iscritti (una quindicina alla Fim ed i restanti alla Fiom). "In realtà, il consenso di cui godiamo - assicura Lovisotto - è ben più ampio". Sicuramente un passaggio importante è stato il riconoscimento di un premio di risultato (750 euro nella busta paga di marzo per tutti i dipendenti) frutto di un accordo sottoscritto nel 2012 dalla sola Fim che tiene conto di indicatori come il fatturato totale, il fatturato pro-capite e le presenze. Accordo poi rinnovato per il 2013, questa volta anche con la firma della Fiom. "Abbiamo comunicato ai lavoratori in assemblea i risultati ottenuti ed abbiamo avuto il massimo consenso per confermare l'impostazione del premio anche per quest'anno", sottolinea Lovisotto. L'azienda, poi, che lo scorso anno ha ottenuto dalla Regione la certificazione Audit Famigliaelavoro, offre altri benefit ai propri dipendenti, come una mensa accogliente, una biblioteca con annesso spazio internet, un giornalino aziendale e diverse occasioni di socialità. Come spesso accade, però, là dove le cose funzionano si pensa che il sindacato serva meno. Da qui la riqualificazione della propria strategia d'intervento avviata dalla Cisl del Veneto nelle aziende che oggi trainano la ripresa. Lovisotto cita anche il caso di un'altra azienda che ha saputo battere la crisi: Permasteelisa che opera a livello mondiale nel settore della progettazione, produzione ed installazione di involucri architettonici, facciate continue e sistemi di interni, acquisita nel 2011 dal colosso nipponico Lixil, e che a lasciare l'Italia non ci ha mai pensato. "Anzi – racconta il responsabile Fim - ci hanno annunciato l'intenzione di un disimpegno in alcune aree dell'Asia per ricollocare qui la produzione destinata al mercato americano". E' la dimostrazione che c'è un valore aggiunto dato da questo territorio e dai suoi lavoratori. Eppure ai sindacalisti come Lovisotto manca il tempo per tirare il fiato, e delle volte anche per ingurgitare un panino tra un tavolo vertenziale e l'altro. L'ultimo, di cui mi accenna brevemente, è il caso dell'Irca di San Vendemiano (Gruppo Zoppas) che produce resistenze per elettrodomestici. Lo stabilimento occupa 250 lavoratori. In Romania, dove la produzione è già stata spostata, l'azienda ha 2mila dipendenti. Sul sito di San Vendemiano, dichiara 120 esuberi che per Lovisotto potrebbero essere tutti ricollocati negli altri siti italiani. Ma la trattativa non è neppure ancora iniziata.

Una donna sul ponte di comando. Il caso Keyline

Conegliano V. *(dal nostro inviato)* - "Il Veneto ha pagato un caro prezzo: abbiamo avuto un' esplosione negli anni 60 e 70, quando abbiamo costruito le aree industriali o quando tiravamo su le fabbriche dietro le case. Quello che è mancato è far seguire questa esplosione da una crescita culturale". *Mariacristina Gribaudi, alla guida della Keyline - ruolo in cui si alterna, di tre anni in tre anni, con il marito Massimo Bianchi - spiega così il malessere ed il disagio diffuso tra la gente di questo territorio.* "Cos'è che ti aiuta nei momenti di difficoltà? Sembra assurdo, ma ti aiuta la cultura e la capacità di metterti in discussione. E questo non c'è stato. Un imprenditore, "però," lo vedi in tempi di crisi, quando è costretto anche a reinvetarsi. E io credo che le donne da questo punto di vista siano più attrezzate".

In che senso?

Perché noi nel nostro dna abbiamo il concetto di sopravvivenza della stirpe. E dunque siamo più adattabili. Una donna, se deve dare da mangiare a suo figlio, si tira su le maniche e va a fare qualunque lavoro, anche il più umile. Un uomo viene toccato nella sua dignità: il perdere la propria azienda significa perdere anche "la propria immagine." E questo spiega il maggiore disagio.

Traduciamo questo in politiche aziendali...

Alla Keyline siamo passati dal 17 al 25% di presenza femminile tra il personale. Assumiamo donne e non solo giovani donne, ma anche giovani donne mature che secondo me possono fare la differenza.

Anche in un ruolo di vertice come il suo? E come si concilia con la cura della famiglia?

Premetto che sono madre di sei figli e che questa straordinaria esperienza mi ha portato sempre alla necessità di guardare oltre l'asticella. Certo, quando io ho cominciato a lavorare in questa azienda, anche se avevo esperienza nel mio family business precedente, c'erano delle cose che mi sfuggivano. Tanto per cominciare questo è un family business di sette generazioni (ora c'è l'ottava) e per sette generazioni ha sempre parlato al maschile. E sempre con uomini di famiglia, mentre io sono la moglie di... Per questo è stato importante che si affermasse la logica della meritocrazia. E che riuscissimo a spiegare ai nostri collaboratori che la differenza di genere in un'azienda fa la differenza, "sempre se c'è una meritocrazia alle spalle. Una cosa che ho cercato di trasmettere non solo ai vertici ma spiegando alle donne in produzione che potevano fare carriera, anche in un'azienda metalmeccanica.

Allora, ci dica, qual è la sua ricetta per il successo?

Le faccio un esempio per rendere l'idea. Immagini di essere su una spiaggia in cui si pratica il surf: i surfisti guardano l'onda che è ancora lontana e prima di arrivare a cavalcare l'onda devono nuotare controcorrente. Questa è una fatica che stiamo facendo tutti. Questa azienda è costantemente impegnata in questo nuoto controcorrente: sto producendo un prodotto che devo portare a cavalcare sull'onda. Ma nel momento in cui l'onda giusta arriva e ci saliamo sopra, noi sappiamo già che non durerà per sempre. E mentre la cavalchiamo per tornare a riva, sfruttando al massimo l'allungo, dobbiamo già essere pronti a girarci e a riprendere a nuotare controcorrente. Voglio dire che non ci si può fermare sui successi, un termine che io non uso. Preferisco parlare di 'resilienza'. Questa è un' azienda 'resiliente'.

Cioè?

La resilienza è la capacità di un metallo di adattarsi all'esterno. Resiliente vuol dire la capacità di essere sempre pronti ad aggredire il mercato. Ecco perché noi abbiamo delle filiali commerciali all'estero: una in Germania, una in Inghilterra, una in Cina, una in America - oltre a quella in Italia - che ci permettono di comprendere quali sono le esigenze del mercato e di avere la consapevolezza, prima degli altri, di ciò che il mondo ci verrà a chiedere.

C'entra qualcosa la bandiera dei pirati issata davanti all'ingresso del vostro stabilimento?

Il concetto è sempre quello del mare. Noi ad un certo punto della nostra storia di piccola-media azienda a conduzione familiare abbiamo immaginato di andare oltremare a scoprire mondi nuovi. E quindi, anche in un momento di difficoltà, invece di avere paura abbiamo deciso di metabolizzare la paura immaginando di essere tutti insieme, con queste cento persone che lavorano qui, a bordo di questa nave che va alla conquista di mondi nuovi.

Molti imprenditori che, come lei, hanno puntato sul mercato estero oggi lamentano il dazio pagato ad una moneta forte come l'euro. Alla vostra azienda quanto sta pesando?

Ci pesa. Ma siamo europeisti. Quindi continuiamo ad andare avanti. Non possiamo pensare di essere fuori dall'Europa. Non possiamo pensare di non avere l'euro. Punto. Non si può tornare indietro.

E che valutazione dà del rapporto con le organizzazioni sindacali all'interno della sua azienda?

I sindacati, come tutte le associazioni, sono fatte di persone. E devo dire che negli ultimi anni ho trovato persone molto ragionevoli con i quali ho instaurato un dialogo. Non che non lo avessi prima, ma io credo che in questo momento comprendano la nostra fatica, che abbiano messo a fuoco tutte le decisioni che abbiamo preso: dalla certificazione "conciliazione lavoro-famiglia" che ci ha attribuito la Regione al premio assiduità, al buono-spesa a Natale per tutti... Io credo che occorra sempre guardare alle persone e che anche loro siano alla ricerca di un modo nuovo di dialogare con l'imprenditore. Ciascuno, poi, porta avanti un pezzo del cambiamento. Noi non lo percepiamo, ma avendo alle spalle una storia di 250 anni, penso che questa crisi sia un battito di ciglia. Deve essere così. Io sento il profumo di rinascimento. Lo devo sentire, non solo per i miei sei figli ma per quella nuova generazione di uomini e donne che abbiamo in Italia. Io credo che tutti quanti stiamo facendo la nostra parte. Questo territorio ci ha dato tanto. Ora è il momento di restituire.



Quattro mamme su dieci lasciano il lavoro

Sempre più dure le difficoltà di conciliare famiglia e lavoro: ProEtica cerca le buone pratiche per farlo



Mamme e lavoro: l'europarlamentare Licia Ronzulli in aula con la figlia

TREVISO

Per le famiglie monoreddito il rischio povertà è di almeno otto volte superiore rispetto a quello delle famiglie con due entrate mensili. In base ai dati emerge inoltre che in provincia di Treviso quattro persone su dieci (la maggior parte donne) sono state costrette a rinunciare al lavoro per l'impossibilità di conciliare il tempo dell'ufficio con la necessità di accudire bimbi o anziani. Da qui si evince che oggi più che mai le buone pratiche messe in campo dalle aziende per consentire ai loro dipendenti di poter mediare tra lavoro e famiglia sono oggi cruciali. E alcune volte basta davvero poco: come il servizio posta messo a disposizione da un'azienda del territorio per i suoi dipendenti che permette loro di inviare raccomandate e pagare bollette senza perdere tempo in lunghe code.

È quanto è emerso ieri pomeriggio nel corso dell'incontro promosso da ProEtica, associazione tra Unindustria Treviso e Ordine dei Dottori commercialisti di Treviso dedicata ai temi della responsabilità sociale d'impresa, su "Il tempo ritrovato". Silvia Oliva, segretario alla ricerca di Fondazione Nord Est, ha presentato la ricerca sulle pratiche di conciliazione realizzata per conto della commissione per le pari opportunità della Regione Veneto. «A Treviso il 56% delle famiglie ha bimbi o anziani da accudire», spiega Oliva, «inoltre dall'analisi effettuata emerge che solo l'1,6% delle famiglie si affida a una babysitter; il 31% ricorre a asili nido. In linea generale è ancora molto radicata la convinzione che l'accudimento famigliare sia la soluzione migliore».

Con la crisi il tema della conciliazione famiglia e lavoro è diventato però cruciale. «Oggi il fatto che uno dei due genitori sia costretto a rimanere a casa per occuparsi dei figli è economicamente inaccettabile. Cresce infatti la percentuale di coloro che si presentano per la prima volta nel mercato del lavoro, sono in genere donne».

Il 48% delle famiglie interpellate ammette di avere problemi di conciliazione: una percentuale oggi ancora troppo alta. Il progetto Audit Famiglia e Lavoro, strumento di gestione delle risorse umane, una sorta di certificazione che testimonia le buone pratiche adottate dalle aziende poco più di un anno fa partì proprio dalla provincia di Treviso. Oggi sono numerose le aziende che adottando questi sistemi, come Keyline e Texa, per citare le più note ma anche alcune amministrazioni comunali. «Ma si può fare ancora molto per migliorare», conclude Oliva, «a volte basta davvero poco». (s.g.)

©RIPRODUZIONE RISERVATA

IL LIBRO LE VICENDE DI UNA FAMIGLIA DI FABBRICANTI DI CHIAVI

DALLE FUCINE DI CIBIANA ALLA KEYLINE DI CONEGLIANO

L'epopea dei Bianchi

Fabbricanti di chiavi da 250 anni, prima nelle fucine di Cibiana di Cadore, oggi nello stabilimento di Keyline a Conegliano. È la storia della famiglia Bianchi, raccontata nel volume "Dalle fucine del Cadore a Keyline. Le chiavi dei Bianchi", scritto da Claudio Ruggiero e presentato nei giorni scorsi davanti ad un folto pubblico nel castello di Cison di Valmarino. Presente anche il presidente di Unindustria Treviso Alessandro Vardanega, che ha seguito con attenzione il racconto di questa famiglia imprenditoriale che dal 1770 ad oggi ha proseguito in una tradizione, senza mai alcuna interruzione, sapendo però innovarsi nel tempo, come ha ricordato il professor Giorgio Brunetti, dell'Università Bocconi di Milano. «Soltanto la grande visione e la capacità di organizzare le risorse umane che contraddistinguono l'attività imprenditoriale di Massimo Bianchi e Mariacristina Gribuadi, marito e moglie che si alternano alla guida dell'azienda – ha spiegato il professor Gabriele Impemba, responsabile divisione Pmi dell'Istud –, ha permesso ad un'azienda start up in pochi anni di conseguire una crescita straordinaria, sia in termini occupazionali – da 10 a oltre 100 dipendenti –, che in termini di fatturato, con una forte presenza sui mercati internazionali».



Mariacristina Gribaudi e Massimo Bianchi alla presentazione del libro



Il volume, della collana Storie d'impresa Maggiori editore, in 225 pagine corredate da foto d'archivio, è il racconto di quel "family business" che ha fatto la storia del Nordest e più in generale del nostro Paese, con una longevità imprenditoriale davvero notevole.

In un libro la storia di una grande dinasty di imprenditori nata nel 1770

"Le chiavi dei Bianchi", saga di famiglia

CONEGLIANO - Un tempo servivano ad aprire le porte di castelli e prigioni. Oggi aprono le porte delle case, assumono la forma di telecomandi, strumenti elettronici che mettono in moto i nostri autoveicoli e possono venir duplicate tramite sofisticate apparecchiature digitali. Sono le chiavi. Quelle che la famiglia Bianchi produce da 250 anni, prima a Cibiana, in Cadore, in tempi più recenti a Conegliano, nel moderno stabilimento di Keyline.

Alla storia di questa famiglia imprenditoriale, unica al mondo che, ininterrottamente dal 1770, produce chiavi e macchine per la loro duplicazione, è dedicato il volume, edito da Maggioli per la collana Storie d'impresa (226 pagine, 24 euro), che Claudio Ruggiero, l'autore, ha presentato nei giorni scorsi a Castelbrando di Cison di Valmarino.

Una narrazione efficace, coadiuvata ad un ricco apparato iconografico, che esalta il legame della famiglia al territorio e il contributo che essa ha dato all'evoluzione della "chiave", oggetto di uso comune che Camillo Bianchi, pioniere del concetto della "duplicazione", ha esportato nel mondo e trasformato in oggetto tecnologico e di bellezza.





FAMIGLIA I Bianchi oggi, imprenditori sin dal 1770

IL PROGETTO

Otto generazioni "forgiate" nel ferro

Emerge la storia di ormai otto generazioni di imprenditori nel cui sangue scorre il ferro, quello forgiato nella fucina di Cibiana e quello utilizzato oggi per dare vita, come macchinari moderni, alle chiavi di ogni forma e colore.

Nelle pagine di Ruggiero grande attenzione viene rivolta a raccontare l'evoluzione della famiglia patriarcale che viveva sotto un unico tetto, attraverso il cambiamento dei costumi che ha caratterizzato la storia di ogni famiglia di questo territorio tra il Cadore e la pedemontana trevigiana.

Il volume presenta un'appendice che illustra un vero e proprio tesoro custodito in un'ala della fabbrica di Conegliano, in via Camillo Bianchi: la più ricca e ampia collezione di chiavi d'Europa. Chiavi di ogni forma, fattura e periodo (si inizia nell'epoca egizia), fino ai sofisticati telecomandi studiati per garantire la sicurezza delle nostre case. Migliaia di pezzi che ora la famiglia Bianchi sta facendo catalogare per poterla presentare al territorio, in particolare alle scolaresche che fanno visita all'azienda.

RASSEGNA STAMPA

Testata Il Sole 24 Ore
Uscita 7 marzo 2014

La “chiave” del successo: la Keyline di Conegliano esporta in tutto il mondo e premia i dipendenti

di Barbara Ganz



Le “chiavi della buona contrattazione” non potevano che trovarsi alla Keyline di Conegliano, Treviso, azienda di produzione di chiavi e duplicatrici vendute in 50 Paesi, passata nel giro di un triennio da una dimensione poco più che artigianale a industria con un brand conosciuto in tutto il mondo e filiali in Germania, Stati Uniti e Cina. I 60 lavoratori della produzione troveranno nella busta paga di marzo 750 auero a testa, con tassazione agevolata e decontribuzione per il lavoratore.

Sono il frutto di una trattativa aziendale che ha visto la Fim Cisl sottoscrivere, da sola, l’accordo che introduceva nel 2012 il premio di risultato fondato su fattori quali fatturato totale e fatturato pro-capite, rinnovato per il 2013 anche con la firma Fiom. «Abbiamo comunicato ai lavoratori in assemblea i risultati ottenuti e abbiamo avuto il massimo consenso», sottolinea Alessio Lovisotto della Fim Cisl. Lo scorso gennaio, a chiusura di un 2013 in positivo – in 10 anni il fatturato è passato da 3 a 19 milioni, +11% nell’ultimo anno – l’azienda che esporta l’85% della produzione aveva messo in busta paga un buono spesa da 100 euro.

Di proprietà della famiglia Bianchi, originaria del Cadore, nel settore della produzioni di chiavi dal 1770, la Keyline è una palestra di welfare totalmente dedicata al made in Italy (la filiera produttiva è interamente veneta). Qui lavorano circa 40 donne, comprese le ultime assunte, over 50. L’amministratrice unica, Mariacristina Gribaudi, si alterna a cicli di tre anni al vertice con il marito, Massimo Bianchi: la scomparsa dai calendari (gettonatissimi dalle carrozzerie) delle modelle spogliate e la novità del colore sulle macchine duplicatrici sono fra i segnali che al timone c’è lei (fino a fine 2014).

Le esperienze di conciliazione vita lavoro, come il pullmino acquistato e messo a disposizione dei dipendenti che arrivano dalla stessa frazione, sono alla base della certificazione Audit famiglia & lavoro riconosciuta dalla regione, mentre per sostenere nello studio i figli dei collaboratori sono state istituite di due borse di studio del valore di 500 euro ciascuna intitolate a Carlo Gribaudi, padre dell’amministratrice. L’ultimo progetto riguarda il museo delle chiavi, una raccolta di pezzi da tutto il mondo che presto sarà visitabile dalle scuole.
«È l’ennesima riprova della capacità veneta di fare impresa e la conferma che nella nostra regione i risultati si conseguono sapendo fare squadra, dai vertici di un’azienda sino alle maestranze, condividendo in tutti i sensi il prestigio e i vantaggi concreti dei traguardi raggiunti», ha commentato il presidente della Regione Veneto, Luca Zaia.

OLTRE LA CRISI La Keyline gratifica i suoi dipendenti

Un 2013 da premio in busta 750 euro

TREVISO - (zan) I sessanta operai della Keyline di Conegliano troveranno nella busta paga di marzo una sorpresa di certo gradita. Circa 750 euro in più a testa sottoposti a tassazione agevolata e decontribuzione: si tratta del premio di risultato per il 2013, calcolato sulla base di una serie di requisiti, dal fatturato totale a quello pro-capite, alle presenze. Introdotta nel 2012 con un accordo all'epoca firmato solo dalla Fim Cisl, l'anno successivo l'integrazione è stata rinnovata anche con la firma della Fiom Cgil. «Abbiamo comunicato ai lavoratori in assemblea i risultati ottenuti ed abbiamo avuto il massimo consenso per confermare l'impostazione del premio anche per quest'anno»: così Alessio Lovisotto della Fim Cisl.

La Keyline si conferma, dunque, all'avanguardia anche nella contrattazione: l'azienda, di proprietà della famiglia Bianchi e guidata dall'amministratore Maria Cristina Gribaudi, è tra i leader mondiali nella produzione di chiavi e macchine duplicatrici: ha chiuso il 2013 con un fatturato di 18,6 milioni di euro in crescita dell'11%.



LANCIATA La Keyline di Conegliano

Anche Zaia si congratula: «Questo è fare squadra»

E il presidente della Regione, Luca Zaia, cita questa esperienza come modello anche per altre realtà: «È l'ennesima riprova della capacità veneta di fare impresa - sottolinea il governatore congratulandosi con impresa e lavoratori - ed è la conferma che nella nostra regione i risultati si conseguono sapendo fare squadra, dai vertici di un'azienda sino alle maestranze, condividendo in tutti i sensi il prestigio e i vantaggi concreti dei traguardi raggiunti».

CONEGLIANO

Keyline fa + 11%, "premio risultato" agli operai

CONEGLIANO - Keyline: la contrattazione paga: premio risultato di 750 euro per operaio, a tassazione agevolata e decontribuzione per il lavoratore. E la Fim Cisl canta vittoria: «Nel 2012 abbiamo firmato da soli, ora è arrivata anche al Fiom». Nel 2012 la Fim Cisl sottoscrisse da sola l'accordo che introduceva il premio di risultato (fattori considerati: fatturato totale e fatturato pro-capite, bonus presenza) nella fabbrica di chiavi trevigiana. L'azienda, di proprietà della famiglia Bianchi (attiva dal 1770) ha chiuso il 2013 con un fatturato pari a 18,6 milioni (+ 11%).

AZIENDE

«Orgoglio» Keyline: 750 euro di premio

La Keyline premia i risultati 750 euro in più in busta paga

Conegliano, l'azienda della chiave riconosce a 60 lavoratori gli obiettivi raggiunti nel 2013
Fatturato a quota 18,6 milioni di euro, in crescita dell'11 per cento sull'anno precedente

di Serena Gasparoni
CONEGLIANO

Settecentocinquanta euro in più nella busta paga di marzo a titolo di premio di risultato per i 60 lavoratori della produzione della Keyline di Conegliano. Una mosca bianca del settore: proprio in questi giorni i sindacati del comparto metalmeccanico avevano denunciato numerosi casi di aziende trevigiane che, dopo Electrolux, stanno puntando a rivedere al ribasso i contratti dei dipendenti per tagliare il costo del lavoro, riducendo o persino azzerando premi di produzione, integrativi aziendali ed altre voci variabili della retribuzione. In pratica ponendo un aut aut: la produzione rimane nel territorio solo se questa permanenza è spesata dai lavoratori.

Il credo di Keyline è invece da sempre differente: «Proudly made in Italy» (orgogliosamente fatto in Italia) è da tempo scritto in ogni confezione e sui prodotti che escono quotidianamente dallo stabilimento di Conegliano della Keyline. Una frase divenuta oramai un marchio di fabbrica, un'esperienza che la stessa azienda ha portato addirittura come esempio all'Università, una strategia con cui sfidare con successo la crisi nel mercato interno.

A riprova di ciò il premio di risultato 2013 oggi si concretizza in 750 euro a testa, a tassazione agevolata e decontribuzione per il lavoratore nella busta paga di marzo. Un risultato, che è il frutto di una contrattazione aziendale che ha visto la Fim Cisl sottoscrivere l'accordo che introduceva già nel 2012 il premio di risultato basato su fatturato totale e fatturato pro-capite, bonus presenza. L'accordo è stato poi rinnovato per il 2013, questa volta anche con la firma Fiom.

> Il sindacato Fim Cisl soddisfatto Zaia: «È la riprova della capacità veneta di fare impresa»


Maria Cristina Gribaudi, amministratore unico di Keyline

«Abbiamo comunicato ai lavoratori in assemblea i risultati ottenuti e abbiamo avuto il massimo consenso per confermare l'impostazione del premio anche per quest'anno», sottolinea Alessio Lovisotto della Fim Cisl. La Keyline è un'azienda all'avanguardia nella produzione di chiavi per auto ed abitazioni (settemila diversi modelli), ma soprattutto di macchine per la loro duplicazione. Chiavi e duplicatrici che vengono vendute in 50 diversi paesi del mondo.

L'azienda ha anche ottenuto dalla Regione la certificazione Audit Famigliaelavoro. In Keyline lavorano circa 40 donne, dall'amministratore unico, Maria Cristina Gribaudi, fino alla operaie di produzione. L'azienda, di proprietà della famiglia Bianchi, originaria del Cadore, vanta una storia nella produzioni di chiavi dal 1770 batte oggi la bandiera dei pirati per indicare l'atteggiamento con cui sfida nel mercato mondiale, con una produzione totalmente *made in Italy*, le multinazionali del settore.

Keyline ha chiuso il 2013 con un fatturato di 18,6 milioni di euro, in crescita dell'11 per cento rispetto al 2012. Lo scorso Natale l'azienda aveva ricompensato i lavoratori con un buono spesa da 100 euro ciascuno. Un gesto che aveva ricevuto il plauso del governatore della Regione, Luca Zaia. Il quale ora commenta: «È l'ennesima prova della capacità veneta di fare impresa ed è la conferma che nella nostra regione i risultati si conseguono sapendo fare squadra, dai vertici sino alle maestranze».

©RIPRODUZIONE RISERVATA

Fim Cisl: “Pronti a rinnovare l’accordo anche per il 2014”

KEYLINE “PREMIA” I DIPENDENTI 750 EURO IN PIÙ IN BUSTA A MARZO

L’integrativo per il fatturato ai 70 lavoratori della produzione



CONEGLIANO - I risultati della buona contrattazione sono arrivati ed i 60 lavoratori della produzione dipendenti della Keyline di Conegliamo li troveranno tutti nella busta paga di marzo. Stiamo parlando del premio di risultato 2013 che si concretizza in 750 euro a testa, a tassazione agevolata e decontribuzione per il lavoratore. Sono il frutto di una contrattazione aziendale che ha visto la Fim Cisl sottoscrivere, da sola, l’accordo che introduceva nel 2012 il premio di risultato (fattori considerati: fatturato totale e fatturato pro-capite, bonus presenza), accordo poi rinnovato per il 2013, questa volta anche con la firma Fiom. “Abbiamo comunicato ai lavoratori in assemblea i risultati ottenuti ed abbiamo avuto il massimo consenso per confermare l’impostazione del premio anche per quest’anno - sottolinea Alessio Lovisotto della Fim Cisl. La Keyline è un’azienda all’avanguardia nella produzione di chiavi per auto ed abitazioni (7.000 diversi modelli) ma soprattutto di macchine per la loro duplicazione. Chiavi e duplicatrici che vengono vendute in 50 diversi paesi del mondo. L’azienda ha anche ottenuto dalla Regione Veneto la certificazione Audit Famigliaelavoro. In Keyline lavorano circa 40 donne, dall’Amministratore Unico, Marina Cristina Gribaudi, fino alla operaie di produzione. L’azienda, di proprietà della famiglia Bianchi, originaria del Cadore, vanta una storia nella produzioni di chiavi dal 1770 batte oggi la bandiera dei pirati per indicare l’atteggiamento con cui sfida nel mercato mondiale, con una produzione totalmente made in Italy, le grandi multinazionali del settore. Keyline ha chiuso il 2013 con un fatturato pari a 18,6 milioni di euro, in crescita dell’11% rispetto al 2012.

Keyline premia gli operai. Con 750 euro

Obbiettivi 2013 raggiunti: per questo, il bonus

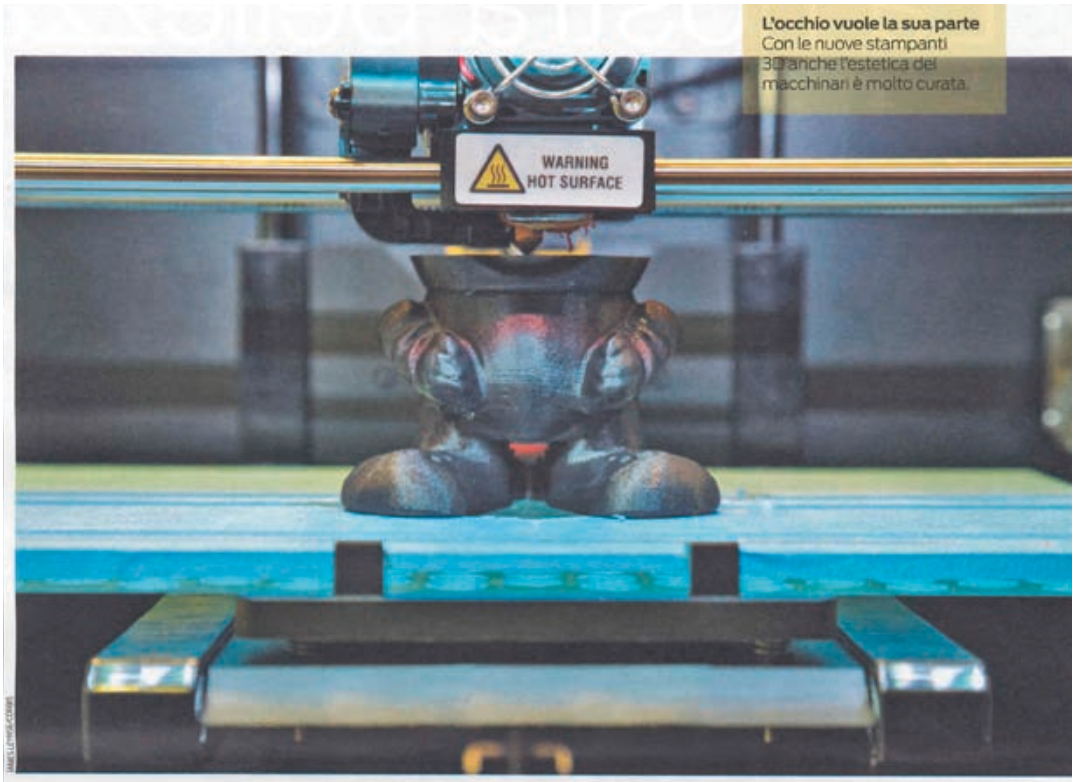


CONEGLIANO - I 60 dipendenti dello stabilimento 'Keyline' di Conegliano troveranno nella prossima busta paga un premio di risultato di 750 euro grazie al raggiungimento degli obiettivi nell'esercizio 2013. Si tratta, spiega la Fim-Cisl del Veneto, del "frutto di una contrattazione aziendale che ha visto la Fim sottoscrivere, da sola, l'accordo che introduceva nel 2012 il premio di risultato, calibrato su fatturato totale e fatturato pro-capite e bonus presenza, accordo poi rinnovato per il 2013, questa volta anche con la firma Fiom".

Anche lo scorso anno i dipendenti Keyline avevano ricevuto un premio: 100 euro di bonus a dicembre, e ora 750. L'impostazione del premio sarà replicata, in base al mandato ricevuto dalle organizzazioni sindacali da parte dei lavoratori, anche per il 2014.
La Keyline produce chiavi per auto ed abitazioni e macchine per la loro duplicazione, articoli venduti in 50 paesi del mondo.

Imprese: i complimenti di Zaia per risultati Keyline

(ANSA) - VENEZIA, 6 MAR - “E’ l’ennesima riprova della capacita’ veneta di fare impresa ed e’ la conferma che nella nostra regione i risultati si conseguono sapendo fare squadra, dai vertici di un’azienda sino alle maestranze, condividendo in tutti i sensi il prestigio e i vantaggi concreti dei traguardi raggiunti”. Cosi’ il presidente della Regione del Veneto, Luca Zaia, commenta la notizia del premio di risultato distribuito ai dipendenti dello stabilimento ‘Keyline’ di Conegliano grazie al raggiungimento degli obiettivi nell’esercizio 2013. “Le mie congratulazioni - ha aggiunto Zaia - vanno all’azienda, che mantiene integralmente la sua filiera produttiva nel Veneto, al suo management che ha saputo costruire un brand noto a livello internazionale, alle organizzazioni sindacali per la lungimiranza nella sottoscrizione dell’accordo calibrato sul fatturato, ai lavoratori, artefici di questo risultato e di questa esperienza che dovrebbe essere assunta come modello”. (ANSA).



L'occhio vuole la sua parte
Con le nuove stampanti 3D anche l'estetica dei macchinari è molto curata.

MANIFATTURA MADE IN WEB

Stampanti 3D, e-commerce e utilizzo di tecnologie digitali per prototipi e cataloghi. Così si apre una nuova era per le piccole e medie aziende.

Prendiamo il caso di Fiorenzo Sbabo, medio imprenditore di Schio, in provincia di Vicenza: 33 milioni di fatturato per 150 dipendenti. Produce macchinari per oreficeria e laser per saldature, ma grazie alle stampanti 3D adesso riesce a realizzare gioielli unici di design in una notte e prototipi a costo ridotto. «È un nuovo business, che si affianca alla possibilità di progettare nuovi macchinari senza eccessivi investimenti» racconta Sbabo. «Di questi tempi, con la crisi del credito, direi che si tratta di un'opportunità da cogliere al volo».

Il caso della Sisma è uno dei tanti esempi con cui il neopresidente di Confindustria Veneto Roberto Zuccato promuove la cosiddetta «manifattura 2.0»: una nuova lavorazione resa più agile e proficua grazie all'utilizzo delle tecnologie digitali. «Si tratta di una transizione necessaria» spiega «soprattutto in un territorio, un Paese, dove la gran parte delle aziende sono di piccole e medie dimensioni» spiega Zuccato. «Abbiamo tanti distretti di eccellenza in Veneto: proviamo a pensare se se ne potesse moltiplicare il potenziale grazie a e-commerce, cataloghi digitali, prototipizzazione veloce e low cost, personalizzazione rapida dei prodotti».

L'idea di manifattura 2.0 riassume molte cose: l'utilizzo di piattaforme per il commercio elettronico, l'impiego delle stampanti 3D, la riorganizzazione interna aziendale e un nuovo modo di interfacciarsi con la clientela. Gli esempi? Numerosi. E riescono a coniugare vecchio e nuovo, valorizzando le competenze. H-Farm, l'incubatore fondato da Riccardo Donadon capace di investire in start-up 15 milioni e mezzo in otto anni, ha «tenuto a battesimo» H-Umus, una piccola azienda che ha sviluppato un'app per presentare cataloghi multimediali. «Il catalogo viene mostrato online, gli ordini ancora inviati online e i modelli personalizzati via web se è il caso» racconta Donadon. «In questo modo, le aziende possono iniziare a produrre soltanto quando raggiungono una certa quota, con notevole risparmio sui costi di produzione».

H-Umus è già stata acquistata da TeamSystem, software house marchigiana, per le numerose applicazioni aziendali che può avere: nella vendita, nell'organizzazione della produzione, nell'elaborazione di nuovi

Si tratta di tecnologie innovative che però non richiedono investimenti enormi, ma che allargano gli orizzonti delle imprese.

modelli, realizzando prototipi soltanto di quelli che risulteranno più graditi ai clienti. «Si tratta di tecnologie che non richiedono investimenti enormi, ma allargano gli orizzonti» insiste Zuccato. «Io stesso ho potuto sperimentare i vantaggi dati dal matrimonio fra tradizione e innovazione digitale. Ho appena completato la fornitura di poltrone per l'arredo del Musiktheatre di Linz, che ho proposto di dotare di touch screen da utilizzare non soltanto per la lettura dei libretti d'opera. L'idea è stata subito accettata e ha alzato il valore della commessa: adesso, gli schermi vengono utilizzati per diffondere pubblicità personalizzate, prenotazioni, informazioni».

«La manifattura 2.0 aiuta anche a migliorare, grazie al design digitale, l'impatto estetico della produzione» spiega Giancarlo Corò, professore di economia industriale all'Università Ca' Foscari di Venezia. «E non è una cosa da poco: spesso le nostre imprese meccaniche vincono le gare proprio perché i loro macchinari di produzione sono più belli. L'impatto estetico ha un peso notevole, oggi. E serve a distinguersi sul mercato internazionale».

Gli esempi di manifattura 2.0 sono tanti e variegati. «Di recente la Fornace dell'innovazione di Asolo ha incubato due esperienze tanto interessanti quanto diverse, a dimostrazione di quanto possa essere ampia la definizione di questo settore» racconta Francesco Giacomin, presidente dell'incubatore partecipato da comuni, credito cooperativo e Confartigianato in provincia di Treviso. «Molto innovativo per esempio è il caso di Okcs, società fondata da tre ragazzi che hanno inventato e realizzato il biglietto da visita digitale, da leggere attraverso l'iPhone per conoscere azienda, lavori e curriculum della persona indicata».

A Okcs si affianca poi Illa, start-up che grazie alle piattaforme social come Facebook e di e-commerce è riuscita a sviluppare un business nella moda utilizzando le competenze dei maestri artigiani pellettieri, gli stessi che sono abituati a mantenere la elevatissima la qualità di marchi come Louis Vuitton o Bottega Veneta. Illa produce borse di alta gamma, vendute online ma non per questo regalate: il prezzo, infatto, è adeguato al livello e gli ordini dall'estero continuano ad arrivare.

«Siamo stati tra i primi a scoprire e a utilizzare le stampanti 3D per la nostra produzione» racconta invece Mariacristina Gribaudi, amministratore unico della Keyline, azienda leader nella produzione di chiavi, transponder e macchine per la duplicazione di chiavi. «Noi siamo sul mercato da 250 anni e da ben otto generazioni, siamo abituati a guardare in avanti cogliendo al volo le novità. Fu mio nonno a introdurre l'abitudine dei cataloghi, realizzando il primo mai utilizzato in Europa. Adesso, invece, è l'ora del digitale».

Keyline ha investito nelle stampanti 3D appena 40 mila euro, «ma adesso cominciano ad arrivare sul mercato stampanti 3D tascabili che costano 500 euro. Capisce la rivoluzione produttiva? Realizzare un prototipo sarà sempre più veloce, facile e a buon mercato». Tanto che qualcuno profetizza che piano piano spariranno anche i grandi capannoni industriali. Quasi un ritorno alla bottega artigiana, ma capace di competere sul mercato globale. ■



Start-up alla riscossa
Riccardo Donadon di H-Farm: ha investito 15,5 milioni per lanciare nuove start-up.


MariaCristina Gribaudi

Da Keyline due borse di studio per figli dei dipendenti

VITTORIO VENETO

L'anno della ripresa, dopo il buio della crisi, si è aperto in Keyline all'insegna della solidarietà. Prima con il buono spesa del valore di 100 euro corrisposto con lo stipendio di gennaio a ciascuno degli oltre 100 dipendenti. In questi giorni con l'istituzione di due borse di studio di 500 euro ciascuna riservate ai figli dei lavoratori.

«Riteniamo - spiega Mariacristina Gribaudi, amministratrice unica di Keyline - che in questo momento di grande difficoltà per le famiglie sia importante investire nei giovani che si preparano al futuro impegnandosi con grande sacrificio negli studi scolastici». Le borse di studio, intitolate a Carlo Gribaudi, padre di Mariacristina e figura di imprenditore illuminato, che saranno consegnate al termine dell'anno scolastico, confermano il forte impegno dell'azienda del gruppo Bianchi verso i propri dipendenti, impegno attestato anche dal riconoscimento attribuito a Keyline dalla Regione Veneto per le scelte aziendali a favore della conciliazione lavoro e famiglia.

Sabato, intanto, sarà presentato a Castelbrando di Cison il volume "Le chiavi dei Bianchi" che racconta la storia della più antica famiglia imprenditoriale al mondo che, ininterrottamente dal 1770, produce chiavi e macchine per la loro duplicazione.

Matteo, il capostipite, fu fabbro a Cibiana di Cadore e servitore della Serenissima, mentre i discendenti ne continuarono il mestiere ai tempi di Napoleone, della Restaurazione, del Risorgimento e del Regno d'Italia. Fino ai nostri giorni, facendo i conti con la Rivoluzione industriale, due conflitti mondiali e il Miracolo economico italiano.

A questi eventi s'intrecciano nel libro le vicende umane di quei Bianchi che hanno visto con i loro occhi i mutamenti derivati dalla diversa affettività coniugale, dall'arrivo dell'illuminazione elettrica, della ferrovia, del telefono e del cinema.

Ne affiora una narrazione che esalta il legame della famiglia al territorio e il contributo ch'essa ha dato all'evoluzione della chiave, oggetto d'uso comune che Camillo, pioniere del concetto della "duplicazione", ha esportato nel mondo e trasformato in oggetto tecnologico e di bellezza. Dense di sentimenti le pagine sull'amore della bella austriaca e sul composto viaggio di Camillo per la vita sottratta; quelle delle inquietudini di Mariacristina per i figli e quelle piene di emozioni, sulle cose non dette e apparentemente taciute, con cui Massimo svela se stesso agli altri.

Francesco Dal Mas

RASSEGNA STAMPA

Testata	Il Sole 24 Ore
Uscita	19 febbraio 2014
N. pagine	1/2

A ritmo di export

di Adriano Moraglio

19 FEBBRAIO 2014 - 16:35

Keyline, imprenditori (un'intera famiglia, figli compresi) in presa diretta sui mercati esteri



"La presenza diretta della nostra famiglia sui mercati esteri, pur avendo noi dei collaboratori che si occupano delle filiali, e le relazioni settimanali tra tutti via Skype, hanno velocizzato il business, favorendo sinergie e reciproche contaminazioni. Ci mettiamo la nostra faccia, con i distributori e con i clienti. Ma, soprattutto i giovani, sono stati decisivi: non avrei potuto internazionalizzare l'azienda se non avessi avuto i giovani con me". E' Mariacristina Gribaudi (nella foto), amministratrice unica di Keyline, del gruppo Bianchi 1770, a descrivere il modello di presenza sui mercati esteri adottato dall'azienda di Conegliano, in provincia di Treviso, specializzata nella progettazione e produzione di chiavi (per porte, automotive, personalizzate e fancy) e di macchine duplicatrici meccaniche ed elettroniche. Keyline - il 2013 si e' chiuso con un fatturato a 18,6 milioni, in crescita dell'11% rispetto al 2012, con un risultato operativo che supera il milione - e' leader nella tecnologia delle chiavi auto con transponder, ed e' focalizzata sui nuovi prodotti.

Il family business di Keyline e' favorito dal fatto che Mariacristina Gribaudi e suo marito Massimo Bianchi, Strategic planner della societa', hanno sei figli, quattro dei quali gia' ampiamente impegnati in azienda. Carlo e Giulio, per esempio, entrambi di 29 anni, si occupano, rispettivamente, della filiale Keyline Shangai e Keyline Usa. Elena, 27 anni, lavora presso come Sales area manager Emea: segue la filiale inglese che ha sede a Liverpool, e da li' tutto il Nord Europa; oltre all'inghilterra mercati importanti come quello norvegese e svedese. Alessandro, invece, e' anima e mente del rebranding societario e ha 26 anni. Del resto, l'apertura alle nuove generazioni e' un tratto caratteristico della societa' di Conegliano che conta sull'apporto di cento dipendenti.

La policy aziendale e' fortemente orientata ai giovani: "Il 70 per cento degli assunti negli ultimi tre anni - sottolinea l'amministratrice unica di Keyline - e' sotto i trent'anni". La filiale americana e' a Cleveland, nell'Ohio. Il quarto presidio di Keyline nel mondo (oltre a Usa, Cina e Inghilterra) e' in Germania, a Velbert. Queste filiali commercializzano direttamente i prodotti Keyline, ma l'azienda opera attualmente in più di 50 Paesi anche attraverso una rete di oltre 60 distributori locali. L'ufficio commerciale-marketing e la sua struttura territoriale dispongono di dieci persone

multilingue per garantire la presenza e l'assistenza ai propri clienti in tutto il mondo, 24 ore su 24 compresi i giorni festivi..

Ma, in ogni caso, e' il contatto diretto con i propri clienti la formula del successo di Keyline: non solo per la produzione di chiavi, ma anche per lo sviluppo di nuove applicazioni progettuali sia di natura meccanica che elettronica. L'export, grazie alla struttura aziendale, copre l'85 per cento del business: il 40 per cento dai mercati nordamericani, il 35 da quelli Emea, il 10 dai Paesi Apac.

La società, facendo leva sulla sua competenza tecnologica, ha siglato in questi anni importanti partnership con i maggiori gruppi nel settore dei ricambi automobilistici, per la fornitura di chiavi trasponder e, soprattutto, di tecnologie per la duplicazione di chiavi realizzate su misura per il mercato americano. "L'alto livello progettuale dei prodotti a marchio Keyline - sottolinea Mariacristina Gribaudi - è inoltre espresso dalla nuova generazione di duplicatrici dotate di sistemi di visione artificiale in grado di rilevare la cifratura della chiave in meno di un secondo, mentre l'interfaccia touch screen consente un utilizzo rapido e facilmente intuitivo". Tra le duplicatrici spiccano "Versa", spiegano a Conegliano, "la prima macchina ad eseguire in modo sequenziale la decodifica e la cifratura a codice delle chiavi di alta sicurezza, punzonate e laser, e l'incisione grafica sulle testa delle chiavi", e "Ninja", "l'unica duplicatrice elettronica compatta ad alta precisione per chiavi piatte a singolo e doppio lato con funzionalità di taglio a codice, copia e decodifica". Particolare curioso e' che il riconosciuto livello tecnologico delle sue duplicatrici elettroniche ha permesso a Keyline di essere partner delle forze di polizia in molti Paesi nella fornitura di macchine per la duplicazione di qualsiasi genere di chiave. Anche le principali case automobilistiche europee e americane adottano la tecnologia sviluppata da Keyline per offrire ai propri clienti in tempi rapidi la copia perfetta delle chiavi del veicolo, garantendo la totale sicurezza del possessore dell'originale.

In questo campo il gruppo Bianchi ha segnato delle svolte storiche per il settore. Negli anni 50 Camillo Bianchi aveva creato un sistema per la duplicazione immediata delle chiavi che si diffuse in tutto il mondo. Tre decenni più tardi suo figlio Massimo, realizzo' la prima duplicatrice elettronica: il primo esempio di centro di lavoro in grado di applicare le enormi potenzialità delle tecnologie informatiche e del controllo numerico adattandole alla chiave e alla sua produzione. Keyline - acquisita dalla famiglia Bianchi nel 2002 - rappresenta nel gruppo il fulcro strategico e tecnologico nel key business. In questo modo la famiglia Bianchi ha continuato la propria tradizione plurisecolare di attività in questo settore, iniziata nel 1770 con il lavoro del mastro di chiavi Matteo Bianchi e tramandata di padre in figlio, fino all'opera di Camillo, pioniere-innovatore del sistema di duplicazione chiavi negli anni immediatamente successivi al secondo conflitto mondiale. Fortemente legata alla cultura del territorio, Keyline mantiene integralmente la filiera produttiva in Veneto.

Il trend di crescita di cui Keyline si è resa protagonista dal 2002 ad oggi è coinciso con l'ampliamento dell'offerta di prodotto. Da un catalogo contenente 500 modelli di chiavi, Keyline presenta attualmente un'offerta di oltre 7mila prodotti e 25 tipi di duplicatrici tra meccaniche ed elettroniche per coprire le più ampie esigenze di mercato. Keyline su cento dipendenti, dispone di dodici tra ingegneri, progettisti e programmatori, con ampie competenze nell'elettronica e nella meccanica, che costituiscono il nucleo del vero fiore all'occhiello della divisione Ricerca e Sviluppo.

UN IMPRENDITORE *ci racconta*

Uno dei pilastri fondamentali su cui abbiamo costruito la crescita di Keyline è il principio della condivisione. Sin da quando abbiamo stampato la nostra prima chiave ci siamo affidati a diversi metodi di "team building" per cercare assieme le soluzioni ai problemi che di volta in volta dovevamo affrontare. Confrontarsi, mettere a fuoco i problemi e condividere le soluzioni è divenuto un elemento fondamentale della nostra strategia che punta a favorire il contatto diretto tra tutti i nostri collaboratori. E ci ha permesso di comprendere che avevamo una grandissima esperienza professionale, un patrimonio di conoscenze da condividere con i giovani del territorio, portatori di nuovi saperi con i loro anni di studi. Grazie all'approccio che abbiamo sempre promosso per favorire la condivisione delle tematiche aziendali, senza filtri o interminabili processi decisionali, siamo riusciti a creare un gruppo di professionisti di comprovata esperienza chiamati a formare ragazzi e ragazze pieni di energia propositiva e desiderosi di fare proprio un mestiere che richiede competenze spesso uniche. Abbiamo quindi realizzato che si dovevano creare percorsi di crescita e di carriera anche trasversali ai reparti, partendo dalla semplice constatazione che le persone hanno conoscenze e capacità che possono diventare un vero valore aggiunto, anche se impiegate in settori diversi. Mi piace ricordare un caso sempre più comune in Keyline. Una persona, entrata come stagista, per capacità e merito, è passata prima all'ufficio amministrativo, poi all'ufficio acquisti e, infine, all'ufficio spedizioni, con feedback positivi da parte dei colleghi con cui ha avuto modo di relazionarsi. Un esempio piuttosto chiaro di come la disponibilità a cambiare, a mettersi in gioco da parte della persona unita a una forte spinta a promuovere la condivisione da parte dell'azienda permette di raggiungere risultati inaspettati, se ci si limita ad applicare modelli di business ancorati al passato, ad una visione per così dire d'altri tempi. Oggi, negli anni Duemila, aprirsi al mondo significa non solo conquistare i nuovi mercati dall'altra parte del mondo, ma anche aprire l'azienda al mondo che la circonda, alle Università, alle scuole, alle organizzazioni che stanno sul territorio. Questo richiede fatica, tempo e molte energie. Per noi condividere il nostro patrimonio di competenze uniche con giovani desiderosi di apprendere e dimostrare il loro valore significa avere una prospettiva di lungo termine. Non essere fermi all'interesse immediato significa dare gli attrezzi, anche culturali, a chi non teme di affrontare la crisi ed è desideroso di vincere le sfide di un mercato globale.

Perazzone e Assenza vincono il "Super G"

TREVISO - (zan) Si chiama «Unconventional food experience» e mira a far conoscere piccole aziende dell'enogastronomia nostrana raccontandone la storia e facendo provare le emozioni legate ai loro prodotti. È il progetto di Carmela Assenza e Daniel Perazzone l'idea imprenditoriale vincitrice del bando 2014 per nuove imprese promosso da Super G, Fondazione Bcc-Cr di Treviso e Fornace di Asolo. Ieri la proclamazione dei primi cinque classificati (al primo andranno 10mila euro, un finanziamento da 20mila e vari servizi) in una cerimonia al teatro Eden, con «sponsor» dei neoimprenditori Riccardo Donandon (patron di H-Farm) e Maria Cristina Gribaudi (amministratrice di Keyline).

IL CONCORSO » I FINALISTI

Startup innovative Un premio alle idee che sposano il futuro

Iniziativa della Fondazione Bcc e della Fornace di Asolo Ai primi arrivati sono andati 10 mila euro in contanti


Il bus giallo dell'innovazione partito da piazza dei Signori arrivato al Teatro Eden

È Unconvetional Food Experience la startup che si è aggiudicata il primo premio messo in palio dalla seconda edizione del bando SuperG, indetto con Fondazione Bcc Cr di Treviso e Fondazione La Fornace di Asolo, per il sostegno delle nuove idee di business da lanciare nel mercato. Una ricompensa generosa, di 10 mila euro in denaro contante per questa startup ideata da Carmela Valentina Assenza e Daniel Perazzone, che si propone di dare visibilità alle nostre imprese enogastronomiche puntando su esperienze di consumo emozionali e sulle storie da raccontare in qualità di protagonisti. I dodici finalisti del concorso si sono dati appuntamento ieri pomeriggio in piazza dei Signori e con Follow The Future, il bus giallo dell'innovazione, hanno raggiunto il Teatro Eden in via Monterumici dove ad attenderli c'erano Riccardo Donadon, fondatore di H-Farm e la stessa Maria Cristina Gribaudi, alla guida di Keyline SpA, che si sono resi disponibili a un confronto con questi imprenditori di domani. La giuria che li ha selezionati era composta da Tiziano Cenedese, presidente della Fondazione Bcc Cr della provincia di Treviso, Philipp Breitenberger, presidente di SuperG, Roberto Santolamazza direttore T2i e Mariacristina Gribaudi: ha indicato i cinque vincitori di questo secondo bando dedicato ai giovani imprenditori. Nella rosa dei bravissimi sono finiti oltre a Unconventinal Food Experience Simnetz (un macchinario di altissima precisione che permette di misurare la circonferenza della gamba senza contatto, ideale per scopi ortopedici), Vito (un contenitore digitale che mira a divenire contenitore digitale per chiunque beva o venda una bottiglia di vino), ProjectCow (una community di maker orientata alla vendita del progetto non dello stampato da realizzare poi attraverso stampanti 3D), Mi-Eco (per la vendita on line di Fashion Jewellery, eco sostenibile, che dia la possibilità di condividere sulla rete la propria esperienza Mi Eco). A tutti e cinque è stata concessa la possibilità di accedere a un finanziamento in regime di credito agevolato per un massimo di 20 mila euro (dalla Fondazione Bcc Cr della Provincia di Treviso) e a ciascuno un voucher d'incubazione reso disponibile dalla Fondazione la Fornace di Asolo da utilizzare in servizi di accompagnamento, formazione nonché nell'utilizzo di uffici attrezzati ad ospitare nuove imprese. «Nel nostro territorio non mancano le idee: il problema è la pressione fiscale. Giovani, dovete continuare a portare avanti le vostre istanze», ha detto il presidente della Provincia Muraro. Il sindaco Manildo ha consegnato il premio SuperPubblico alla startup che ha ricevuto più voti grazie alla possibilità di votare in diretta.

Serena Gasparoni





Mariacristina Gribaudi, cinquantatré anni, sei figli, è l'amministratrice unica di Keyline S.p.A., l'azienda veneta fondata da Prospero Bianchi a Cibiana di Cadore nel 1770, produttrice di chiavi e macchine duplicatrici di chiavi, con sede a Conegliano in provincia di Treviso. Di origini piemontesi, dapprima al fianco del padre e poi autonomamente nella creazione e nello sviluppo di realtà commerciali nel settore del legno arredo, entra nel key business per affiancare il marito nella sua esperienza imprenditoriale. «Un settore per me nuovo – racconta – in cui ho potuto apportare le competenze che avevo maturato a livello commerciale e amministrativo nel mio percorso professionale. Il mio impegno e la mia dedizione non sono venuti meno quando mio marito mi volle al suo fianco per avviare Keyline, una realtà sempre attiva nel mondo delle chiavi, ma con una spinta all'innovazione allora sconosciuta. Si trattava di una nuova sfida che accettai sentendomi carica di responsabilità verso me stessa e la mia famiglia. Nel mio caso posso dire che non ci sono segreti ma resta immutata, ogni giorno, l'energia che mi permette di guardare oltre, di pormi nuovi obiettivi». In questi anni, insieme con il marito, hanno deciso di sperimentare l'alternanza alla guida dell'azienda. Una sorta di patto in famiglia: tre anni lei, tre anni lui. E funziona: «È uno spunto in più – ammette - per perfezionarci e riversare nell'azienda le nostre competenze che affiniamo operando nel rispetto dei ruoli che ci spettano. Questo non significa alleggerire gli incarichi e le responsabilità, anzi determina un'assunzione di responsabilità ben precisa che ci porta a collezionare circa duecento giorni l'anno tra Cina, Giappone, Australia, Stati Uniti e Germania, mentre nel resto del tempo ci dedichiamo a mantenere sempre vitale la nostra capacità di innovare nel key business».

Mariacristina Gribaudi non si considera un caso di successo o esemplare. Si sente, piuttosto, una persona che non ha mai smesso di investire nella sua formazione e a cui non verrà mai meno «la voglia di imparare mettendosi sempre in gioco e sapendo di andare oltre i clichès riservati alle donne nel mondo del lavoro». Resiliente, attenta e coinvolgente. «Keyline – spiega -, le sue persone, i miei colleghi, non sanno fermarsi, anzi. Usciamo rafforzati da percorsi in cui la salita sembra non finire mai. E una volta che scolliniamo, cerchiamo un'altra vetta da scalare, magari più alta della precedente. Ma questo possiamo farlo prestando attenzione a quanto accade nel mondo – esportiamo l'85% dei nostri prodotti – come pure al nostro interno. Non è un caso, infatti, che abbiamo ottenuto la certificazione famiglia lavoro con estrema facilità meno di un anno fa». Il suo percorso è fatto di innumerevoli momenti belli e tra loro sempre diversi. «Di certo, i momenti difficili legati all'esperienza del credit crunch mi tornano spesso alla mente, come il sostegno che abbiamo ricevuto dai nostri fornitori, con cui operiamo ancora adesso, che sono rimasti al nostro fianco senza mai mettere in dubbio la nostra capacità di andare avanti anche nelle fasi più dure». Per Mariacristina Gribaudi affrontare la crisi vuol dire guardare al mondo. «Posso solo ricordare che cosa abbiamo passato nel 2008 quando la crisi ha bussato alla nostra porta. La paura e la solitudine sono state fedeli compagne di viaggio finché non abbiamo deciso di reagire con decisione. Non esiste un paese o un mercato che non abbiamo considerato e visitato. E continuiamo a farlo. Forse è questo che ogni imprenditore è chiamato a fare: vincere le difficoltà alzando la posta in gioco, accettando nuove sfide». Il futuro, ne è convinta, dipende da noi. «Soprattutto quello delle donne lavoratrici, per le quali – non lo nasconde – le difficoltà ci sono e ci saranno sempre, anche se vorrei che cominciassero ad apprezzarsi maggiormente, ponendo in primo piano le proprie qualità e competenze. A chi mi chiede cosa c'è nel mio futuro e in quello di Keyline rispondo tratteggiando un'immagine in cui protagonisti sono due surfisti: uno cavalca l'onda e l'altro nuota cercando di contrastare la risacca, attendendo il momento propizio per domare l'onda che verrà. Ma sono la stessa persona. Nel mio futuro spero ci saranno molte onde ancora da cavalcare e di sicuro so cosa non mancherà mai: entusiasmo ed energia».



SEVERGNINI AL BO

«Bisogna investire sull'unione tra generazioni»

AULA MAGNA DEL BO
Il giornalista Beppe Severgnini, invitato da Aidda, ha parlato sul tema "Idee di oggi per il lavoro di domani, uno sguardo al futuro tra manifatturiero, tecnologia e nuove professionalità"

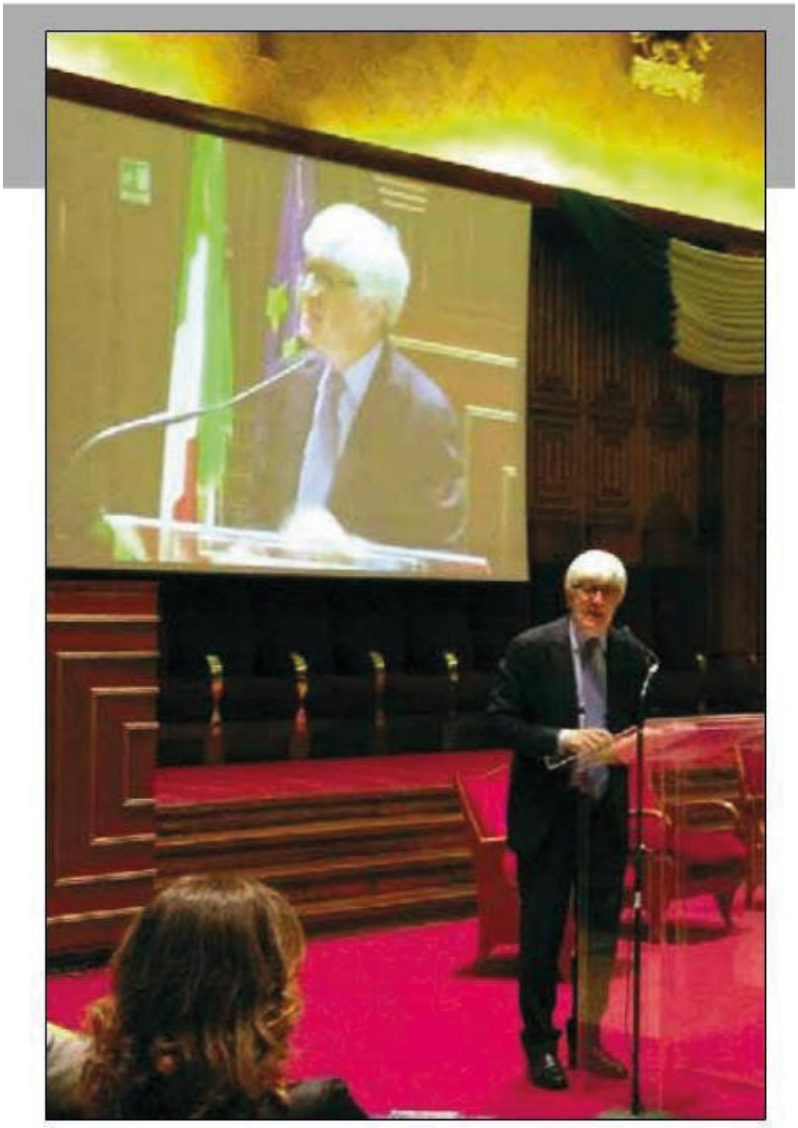
«Imprenditrici, alleatevi coi giovani»

Ines Thomas

Con prosa lieve e accattivante, ha affrontato argomenti cruciali: crisi, lavoro, occupazione, giovani. Ieri, in Aula Magna del Bo, il giornalista - scrittore Beppe Severgnini, invitato da Aidda (Associazione Imprenditrici e Donne Dirigenti di Azienda) ha parlato sul tema "Idee di oggi per il lavoro di domani, uno sguardo al futuro tra manifatturiero, tecnologia e nuove professionalità". «C'è troppa burocrazia e le imprese se ne vanno- ha esordito Marisa Bano Roncato, presidente Aidda - in questo momento lavorano solo le aziende che possono esportare».

Severgnini ha esordito con un «è un disastro collettivo» per sottolineare che l'Italia è, tra i paesi dell'Unione Europea, all'ultimo posto per popolazione che vuole attivare una nuova impresa; che il prodotto lordo pro capite è cresciuto in tutti i grandi paesi ma in Italia è calato del 3%; che con il 41,6% di disoccupazione giovanile, i giovani se ne vanno all'estero. «Si dice che in ogni laboratorio al mondo c'è una pianta verde, un computer e un italiano - ha spiegato -Come tenere dunque questa gioventù in Italia? Bisogna investire sul talento e sull'alleanza tra generazioni, tra l'imprenditore e il giovane. Un paese, per rinascere deve puntare sui giovani. Il lavoro di domani occorre inventarlo oggi senza dimenticare chi siamo e da dove veniamo. Ai nostri ragazzi dobbiamo dare radici e ali. Il resto lo troveranno da soli».

La chiave per andare avanti,



secondo Severgnini, si chiama «semplificazione del lavoro e dell'impiego, ma stando attenti ai furbetti, a quelli che, di professione, creano gli ostacoli». La responsabilità di questa grave situazione ce l'hanno tutti, dai politici ai sindacati: «Lo sport preferito, in Italia, è quello di dare la colpa agli altri. Investiamo nelle nuove generazioni! Questa è la chiave per uscire dalla grave situazione italiana. Diamo troppo per scontato di essere un grande paese ma di questo passo, in 4-5 anni rischiamo di finire in periferia». Per superare le difficoltà non bastano talento, tenacia, tempismo, tecnica, tolleranza, tenerezza, «occorre anche testa- ha concluso.

Per fortuna, il Veneto, Padova in particolare, ha tre grandi personaggi il cui cognome inizia con la lettera "z":il presidente di Regione, Zaia; il rettore Zaccaria; il ministro Zanonato: «vi manca Zorro e siete a posto» , ha detto, tra gli applausi del pubblico, stemperando l'aria con una battuta simpatica e ironica.

Beppe Severgnini a Padova. Italia e lavoro, un disastro collettivo



I dati parlano chiaro, la situazione è drammatica: **41,6 %** di **disoccupazione giovanile** (ISTAT). "Dato nazionale catastrofico", ha esordito il giornalista del Corriere della Sera **Beppe Severgnini** che, nonostante il tema scottante, è riuscito con ironia ad alleggerire il carico. Chiamato ad aprire il dialogo e la riflessione sul tema "**Idee di oggi per il lavoro di domani**", nell'aula magna del Bo di Padova il 30 gennaio, ha sottolineato quanto la prova che i giovani si trovano ad affrontare sia dura. E difficoltà legislative, burocratiche, ed un'economia asfittica, di certo non aiutano. In Italia esiste l'**ostacolista**.che ostacola la modernità, di cui Severgnini ha ampiamente disquisito in passato. Ha inoltre proseguito con le sue note otto "**T**", gli elementi necessari per superare questo momento di passaggio: **talento**, **tenacia**, **tempismo**, **tecnica**, **tolleranza, terra** e **tenerezza**. E, soprattutto, **testa**. Perché tenerezza? I giovani hanno bisogno di affetto e tenerezza, ha spiegato, e vanno accompagnati leggermente. L'esperienza non è l'unica cosa che conta, i giovani hanno fantasia, esuberanza e quella incoscienza "benedetta" che smuove le cose. Ma nel nostro paese non sono abituati ad essere coinvolti. Dobbiamo farli uscire dalla condizione di inferiorità. Dobbiamo renderci conto – *ha aggiunto* - che stiamo parlando di un disastro collettivo, di una bomba sociale ad orologeria. E non dobbiamo solo pensare di aiutare i giovani affossando l'altra categoria, perché è altrettanto doloroso e difficile per un cinquantenne perdere il lavoro e tentare di reinserirsi.

"Le soluzioni non sono pronte sullo scaffale della politica, dell'accademia o dei media. Il compito di amministratori e datori di lavoro non è facile. Nemmeno quello degli insegnanti, i minatori di talento nazionale: devono scoprirlo dentro ogni ragazzo".

Occorre inventare oggi il lavoro di domani. Gli strumenti ci sono, dobbiamo avere il coraggio di provarci.

"Siamo l'unico paese del pianeta, a parte forse Haiti e lo Zimbawe, in cui il prodotto lordo procapite è sceso invece di salire, in quindici anni. Qualche domanda, chi era al comando, se la deve porre. Vorrei sentire qualche autocritica."

Lo sport nazionale sembra seguire il tema della canzone di Bennato "**E' stata tua la colpa**", ma non possiamo usare sempre questo motto. Tutti dobbiamo porci delle domande.

L'incontro, promosso da **AIDDA**, acronimo di Associazione Imprenditrici e Donne Dirigenti di Azienda, delegazione Veneto e Trentino Alto Adice (presieduta da **Marisa Bano Roncato**) in collaborazione con il **Dipartimento di Scienze Economiche e Aziendali** Marco Fanno dell'Università di Padova, si è animato inoltre con gli interventi di **Marco Bettiol**, docente di Internet Marketing, di **Mariacristina Gribaudi**, amministratrice unica di Keyline e socia AIDDA, e di **Luca Barbieri**, coordinatore editoriale di Corrierre Innovazione. In apertura, il Magnifico Rettore dell'Università di Padova, **Giuseppe Zaccaria**, ha ricordato quanto sia fondamentale puntare sui giovani per progettare un futuro; creatività e conoscenza sono i capisaldi sui quali costruire. "Il nostro ateneo continua ad investire risorse per la ricerca e l'innovazione, nonostante i tagli". **Marisa Bano Roncato** presidente AIDDA, ha parlato di impresa e Università: due mondi che devono dialogare. Sono intervenuti inoltre: **Sandra Miotto**, Consigliera Pari Opportunità del Veneto e AIDDA, e **Roberto Zuccato**, presidente Confindustria Veneto, che ha detto: "Non possiamo pensare di crescere se non sappiamo interagire con i mercati internazionali".

Dobbiamo rassegnarci ad un lento declino inesorabile? Quale futuro possiamo immaginare per il lavoro in Italia?

LE CAPITANE




Katia Da Ros (Irinox) e, a destra, Maria Cristina Piovesana (Alf), entrambe vice presidenti di Unindustria. Sotto, Maria Cristina Gribaudi (Keyline)

Donne, soprattutto leader «La ripresa è dentro di noi»

Gribaudi, sei figli: «Siamo più capaci di gestire l'emergenza». Da Ros: «Risalire recuperando il senso civico». Piovesana: «L'estero? Prima bisogna capirlo»

di SERENA GASPARONI

Dicono di non avere una ricetta per sopravvivere con successo alla crisi. Eppure ci sono alcuni elementi, mixati in vario modo, che accomunano la loro leadership in aziende. Tutte e tre investono in innovazione, ricerca e formazione. Puntano sull'export con metodo, facendo prima uno screening approfondito delle richieste degli specifici mercati di destinazione e solo in seguito realizzano dei prodotti plasmati ad hoc. Ma soprattutto tutte e tre sono resilienti, ovvero capaci di resistere adattandosi alle situazioni. Si tratta di Maria Cristina Gribaudi, alla guida di Keyline Spa, Katia Da Ros, erede di Irinox e Maria Cristina Piovesana che ha preso da anni le redini dell'attività del padre, Alf Group. Imprenditrici di successo, coordinatrici di team che contano centinaia tra operai, impiegati e collaboratori, sono mogli e madri. In grado di traghettare le loro aziende non solo indenni ma addirittura registrando fatturati in crescita nonostante un mercato letteralmente isterico. Qual è il segreto?

«Il segreto è la capacità di adattamento. Quando mi dicono che la Keyline è un'azienda di successo io dico no», spiega **Maria Cristina Gribaudi**, «il successo passa, quello che rimane è il saper fare. Non puoi sempre rimanere sulla cresta dell'onda. Quello che rimane però è la capacità di individuare quella giusta, per risalire». Detto da lei sembra semplice. Eppure Gribaudi ribadisce che il primo step per risalire la china è cancellare la parola crisi «Perché è prima di tutto psicologica. E poi cercare le risorse con cui uscirne all'interno della propria azienda, non all'esterno». **Katia Da Ros**, alla guida di Irinox, leader indiscusso nel campo degli abbattitori e surgelatori rapidi, domestici e professionali non ha dubbi. Da dove inizia la ripresa? «Non possiamo pensare che il cambiamento venga dall'esterno, deve venire da noi, attraverso il recupero di un senso civico perduto. E poi accettando che la ripresa, anche se piccola ci sarà. Ma il mondo è cambiato e il baricentro non è più l'Europa».

Alf Group aveva fatto la scorza già in tempi non sospetti, con la crisi del mercato americano del 2001-2002. «Siamo stati costretti a rimboccarci le maniche e a metterci in discussione», spiega **Maria Cristina Piovesana**, «ci siamo rivolti sempre più all'estero cercando di offrire un prodotto interamente Made in Italy che è quello che si aspettano. Ma mantenendo contemporaneamente la nostra fetta di mercato in Italia che per noi è strategica dal punto di vista dello sviluppo del prodotto e del design». Alla Keyline ogni anno si investe il 10% di fatturato in ricerca; alla Irinox l'attenzione è rivolta alla costante innovazione tecnologica dei suoi prodotti; Alf punta alla formazione del suo personale e al continuo ammodernamento delle sue linee basate sulle istanze del mercato. Perché rimanere in Italia?

«Io ne sono orgogliosissima», spiega Gribaudi, «e dobbiamo continuare a farlo. Perché non c'è visione di impresa se non la pensiamo radicata al suo territorio. Piuttosto creiamo delle tasse sull'introduzione di prodotti che non vengono realizzati in Italia. Ma bisogna continuare a produrre qui. Perché solo questo crea indotto, lavoro. E ne beneficeranno i miei dipendenti, i fornitori e perché no: anche i miei competitors. E non è contradditorio: oggi le sinergie sono fondamentali».

L'export ci salverà? «I nostri mercati principali sono Russia, Brasile, Asia centrale, Indonesia», spiega Da Ros, «l'obiettivo per il prossimo anno e rafforzare, addirittura aumentare la nostra posizione in questi mercati. Penso soprattutto agli Stati Uniti, all'Australia e in Germania, dove intravvedo forti possibilità di crescita». Ma la loro non è di certo un'esplorazione alla cieca, bensì studiata nel dettaglio. «Non basta andare all'estero», spiega Piovesana, «bisogna conoscerlo. Le nostre sentinelle commerciali sparse nel mondo ci danno gli input necessari per elaborare i prodotti che questi mercati stranieri chiedono. È questo uno dei segreti del successo».



«Il successo è saper fare con l'orgoglio di stare in Italia» Tre imprenditrici raccontano **come si gestisce il lavoro e il privato**

Donne che fanno credere che la giornata in realtà sia composta da 48 ore anziché 24. Alla guida di team di centinaia di dipendenti (Alf ne conta oltre 300), hanno una famiglia con la quale gestire il delicato equilibrio tra casa e lavoro. A quanto pare con successo. Inevitabile guardare a loro, quando si ragiona sulla questione donna-lavoro e sull'assenza, ancora oggi, di misure che ne consentano una più agevole convivenza. Le donne oggi possono davvero avere tutto? «Io una figlia e mi rendo conto di poter portare avanti quest'impresa grazie a determinati mezzi di famiglia, altrimenti sarebbe difficile», spiega Da Ros, «Capisco certe donne che al secondo figlio si trovano costrette a rinunciare al lavoro. Se non hai le possibilità per accedere a determinate strutture o servizi spesso diventa impossibile. In Italia c'è questo atteggiamento schizofrenico: da un lato si professa l'importanza della famiglia, dall'altro non vengono messi a disposizione servizi che permettano di conciliare questi due mondi».

Maria Cristina Gribaudi di figli ne ha sei: ma nonostante questo non ha rinunciato al peculiare accordo raggiunto con il marito di condurre l'azienda tre anni a testa. Ora è il suo turno. «Eppure le donne ce l'hanno nel Dna. Parlo della capacità di gestire le situazioni di emergenza. Fondamentale in questa fase congiunturale», spiega, «alla Keyline siamo stati tra i primi a siglare l'accordo per la conciliazione tra lavoro e famiglia. Ma mi rendo conto che per una donna non sia facile. La sensazione comunque è che in Italia qualcosa stia cambiando». «Sono sposata con due figli, sono ben organizzata, ho il supporto della mia famiglia e in azienda degli ottimi collaboratori. A un'ora in palestra preferisco un'ora in famiglia o alla Alf», conclude Piovesana , «credo che in provincia di Treviso ci sia una grossa attenzione sulla questione donna lavoro. Ma il punto credo sia un altro: che ogni scelta debba essere basata sulla meritocrazia. Uomo, donna, devono scegliermi per la mia bravura».

Premio SuperG per le start up Arriva il bus



Maria Cristina Gribaudi

Si conosceranno questa sera i 5 vincitori bando SuperG per le start-up innovative della provincia di Treviso selezionati in una rosa di 12 finalisti. Partiranno da piazza dei Signori alle 17.30 su Follow The Future, il bus giallo dell'innovazione che li porterà alla volta del teatro Eden di via Monterumici dove verranno svelati i nomi dei cinque. I finalisti sono: Unconventional food experience, Lelylan, Simntez, Vito, Net-In, ProjetCow, Mi-eco, Accessori basket, Progetto di pannelli prefabbricati in fibra vegetale per la biodelizia, Porta Sporta, BioEcoLogical 3DPrinting, Impianto mobile per la produzione di distanziatori in fibro cemento. Li attenderanno al teatro Eden di Treviso alle 18.30 2 testimonial come Riccardo Donadon, fondatore di H-Farm e Maria Cristina Gribaudi, chairwoman di Keyline che si confronteranno con i giovani futuri im prenditori. I 5 vincitori avranno modo di rendere reale la loro idea di business mediante un premio in denaro di 10 mila euro, l'erogazione di 5 finanziamenti bancari (in regime di credito agevolato per un massimo di 20 mila euro). *(s.g.)*

La tavola rotonda L'editorialista del «Corriere» Severgnini ospite dell'Aidda al Bo

«Solo con i giovani si esce dalla crisi»

PADOVA — «I giovani di oggi fanno parte di una generazione fortunata». Niente ironia o prese in giro. Solo la constatazione di una serie di strumenti (da Internet, alle start up, alle stampanti 3d o alla possibilità di studiare all'estero e viaggiare) che prima non esistevano e che offrono potenzialità incredibili. Si è chiusa con ottimismo la tavola rotonda organizzata da Aidda (Associazione imprenditrici e donne dirigenti di azienda) ieri nell'aula magna dell'Università di Padova al Bo.

«Purtroppo ci vorrà ancora un po' di tempo perché Internet produca più dei posti di lavoro persi - ha aggiunto l'editorialista del «Corriere della Sera» Beppe Severgnini - Ora ci troviamo in questa fase di passaggio. Stiamo vivendo una trasformazione copernicana eccitantissima, ma oggi tutto è cambiato e un giovane, un'azienda, un imprenditore devono inventarsi qualcosa continuamente».

Un cauto ottimismo condiviso anche da Mariacristina Gribaudi, amministratrice unica di «Keyline», da Marco Bettiol, docente di Internet marketing all'Università di Padova e da Luca Barbieri, giornalista di «Corriere Innovazione», tutti ospiti del dibattito dal titolo «Idee di oggi per il lavoro di domani».

Purtroppo questa transizione è inciampata anche sulla crisi economica più pesante di sempre e sugli effetti di decisioni «non-decise» («in 15 anni per tutti i Paesi dell'Ocse, dall'introduzione dell'euro, il Pil pro capite è cresciuto, tranne in Italia dove è retrocesso di un 3 per cento. O qualcuno ci chiede scusa o è meglio che in molti vadano a pescare invece di fare i politici e prendere decisioni» ha continuato Severgnini).



Severgnini ieri a Padova

Ma chi se non i giovani potrebbero tirare fuori il Paese da questa condizione? «Bisogna crederci - ha aggiunto Gribaudi - Assumere i giovani, pagarli, perché dopo sei generazioni la mia azienda nei momenti di difficoltà è sempre ripartita assumendo giovani. Dove lo trovo altrimenti il coraggio e la spregiudicatezza di un ragazzo di 25 anni?».

Eppure la realtà (almeno per ora) parla di disoccupazione giovanile al 41,6%, altro che fiducia cieca nei giovani. E allora di chi è la colpa? Secondo Severgnini «dell'industria degli ostacolisti», di chi lavora per creare cavilli, impedimenti e sistemi di autorizzazioni e concessioni. E «di chi ha i capelli bianchi e non si rende conto che i Paesi e le economie funzionano solo attraverso le alleanze tra le generazioni». Come a dire che forse la ripresa, prima ancora che a livello economico, è attesa nella testa degli italiani.

Riccardo Bastianello

Il lavoro del futuro, Severgnini oggi al Bo



Severgnini

PADOVA - Disoccupazione giovanile al 40%, tendenza all'imprenditorialità in picchiata. Sono solo due dei temi al centro del dibattito «Idee di oggi per il lavoro di domani. Uno sguardo al futuro tra manifatturiero, tecnologia e nuove professionalità», che prevede oggi al Bo (ore 16, ingresso libero) l'intervento dell'editorialista del *Corriere della Sera* Beppe Severgnini. Il convegno è organizzato dall'Associazione l'Associazione Imprenditrici e Donne Dirigenti di Azienda (AIDDA), delegazione Veneto e Trentino Alto Adige, presieduta da Marisa Bano Roncato, in collaborazione con il Dipartimento di Scienze Economiche e Aziendali «Marco Fanno» dell'Università di Padova. Al dibattito partecipano Marco Bettiol, docente di Internet Marketing, e Mariacristina Gribaudi, amministratrice unica di Keyline.

L'incontro

Lavoro e giovani Severgnini domani al Bo

La sfida del lavoro alla prova delle nuove generazioni. Beppe Severgnini, editorialista del Corriere della Sera, sarà protagonista domani nell'Aula Magna del Bo a Padova (ore 16 ingresso libero), di un convegno dedicato ai giovani, ai manager e agli amministratori.

«Idee di oggi per il lavoro di domani» è infatti la riflessione che Aidda, l'Associazione Imprenditrici e Donne Dirigenti di Azienda pone sul tavolo cittadino con il contributo di Corriere Innovazione. «I nostri ragazzi hanno di fronte una prova – spiega Severgnini - È una prova difficile: lo dimostrano i numeri della disoccupazione, i tempi di attesa, le difficoltà legislative e burocratiche, l'economia asfittica. Per superarla ci vogliono talento e tenacia, tempismo e tecnica, tolleranza e tenerezza». Il dibattito sarà animato, oltre che da Servegnini, dagli interventi di Marco Bettiol, docente di Internet Marketing e di Mariacristina Gribaudi, amministratrice unica di Keyline e socia Aidda.

© RIPRODUZIONE RISERVATA



A Padova
Beppe Severgnini editorialista del Corriere domani a Padova

Severgnini al Bo parla di futuro

Mercoledì 29 Gennaio 2014 11:14



Giovedì 30 gennaio a Padova nell'Aula Magna di Palazzo Bo alle ore 16 si terrà l'incontro pubblico "Idee di oggi per il lavoro di domani. Uno sguardo al futuro tra manifatturiero, tecnologia e nuove professionalità", con l'intervento di Beppe Severgnini, giornalista e scrittore. Il convegno è organizzato dall'Associazione l'Associazione Imprenditrici e Donne Dirigenti di Azienda (AIDDA), delegazione Veneto e Trentino Alto Adige, presieduta da Marisa Bano Roncato, in collaborazione con il Dipartimento di Scienze Economiche e Aziendali "Marco Fanno" dell'Università di Padova

Il dibattito politico divampa sul tema del lavoro, considerato un'emergenza, alla luce anche degli ultimi dati Istat che danno la disoccupazione giovanile oltre il 40 per cento.Che futuro possiamo immaginare per il lavoro in Italia? Esiste ancora il Made in Italy? Chi sono i nuovi "makers"? Come va reinterpretata la sfida tecnologica in chiave italiana? I giovani sono un fattore strategico per il rilancio delle imprese? Sarà chiamato ad aprire il dialogo su questi temi cruciali per stimolare la riflessione e il confronto fra le imprenditrici e gli studenti il giornalista del Corriere della Sera Beppe Severgnini. Il dibattito sarà poi animato dagli interventi di Marco Bettiol, docente di Internet Marketing, di Mariacristina Gribaudi, amministratrice unica di Keyline e socia AIDDA e di Luca Barbieri, coordinatore editoriale di Corriere Innovazione."I nostri ragazzi hanno di fronte una prova – spiega Beppe Severgnini -. È una prova difficile: lo dimostrano i numeri della disoccupazione, i tempi di attesa, le difficoltà legislative e burocratiche, l'economia asfittica. Per superarla ci vogliono talento e tenacia, tempismo e tecnica, tolleranza e tenerezza: le soluzioni spesso vanno intuite e immaginate, non sono pronte sullo scaffale della politica, dell'accademia o dei media. Il compito di amministratori e datori di lavoro non è facile. Neppure quello degli insegnanti, i minatori di talento nazionale: devono scoprirlo dentro ogni ragazzo, perché esiste. Ma talento e tenacia, tempismo e tecnica, tolleranza e tenerezza non bastano. Occorre testa. E' necessario pensare oggi le soluzioni di domani. L'Italia è un Paese radicalmente mutato, in questo XXI secolo: pieno di complessità e di insidie, ma anche di possibilità. Un Paese che, per rinascere, deve puntare sui suoi giovani, evitando le trappole della retorica giovanilistica, che tanti danni ha procurato. Il lavoro di domani occorre inventarlo oggi. Senza mai dimenticare chi siamo e da dove veniamo. Ai nostri ragazzi dobbiamo dare due cose: radici e ali. Il resto lo troveranno da soli."Con l'aiuto del professor Marco Bettiol, che squarcerà l'orizzonte sul futuro del Made in Italy, di Mariacristina Gribaudi, che ha fatto dei giovani la chiave del successo della sua azienda, e di Luca Barbieri, che affronta la realtà dall'osservatorio privilegiato di Corriere Innovazione, AIDDA

INCONTRO DELL'AIDDA

Giovani e lavoro, Severgnini ne parla al Bo

Mentre il dibattito politico divampa sul tema del lavoro, considerato un'emergenza, alla luce anche degli ultimi dati Istat che danno la disoccupazione giovanile oltre il 40 per cento, Aidda, l'Associazione Imprenditrici e Donne Dirigenti di Azienda, delegazione Veneto e Trentino Alto Adige, presieduta da Marisa Bano Roncato, in collaborazione con il Dipartimento di Scienze Economiche e Aziendali Marco Fanno dell'Università di Padova, si fa promotrice di un incontro dal titolo «Idee di oggi per il lavoro di domani. Uno sguardo al futuro tra manifatturiero, tecnologia e nuove professionalità». Il convegno, con ingresso libero su prenotazione, si svolgerà a Padova, Aula Magna di Palazzo Bo, giovedì 30 gennaio, a partire dalle 16. Alcuni dei temi: che futuro possiamo immaginare per il lavoro in Italia? Esiste ancora il Made in Italy? Chi sono i nuovi "makers"? Come va reinterpretata la sfida tecnologica in chiave italiana? I giovani sono un fattore strategico per il rilancio delle imprese? Sarà chiamato ad aprire il dialogo su questi temi cruciali per stimolare la riflessione e il confronto fra le imprenditrici e gli studenti il giornalista Beppe Severgnini. Il dibattito sarà poi animato dagli interventi di Marco Bettiol, docente di Internet Marketing, di Mariacristina Gribaudi, amministratrice unica di Keyline. «I nostri ragazzi hanno di fronte una prova», spiega Beppe Severgnini, «È una prova difficile: lo dimostrano i numeri della disoccupazione, i tempi di attesa, le difficoltà legislative e burocratiche, l'economia asfittica. Per superarla ci vogliono talento e tenacia, tempismo e tecnica, tolleranza e tenerezza: le soluzioni spesso vanno intuite e immaginate, non sono pronte sullo scaffale della politica, dell'accademia o dei media. Il compito di amministratori e datori di lavoro non è facile. Neppure quello degli insegnanti, i minatori di talento nazionale: devono scoprirlo dentro ogni ragazzo, perché esiste. Ma talento e tenacia, tempismo e tecnica, tolleranza e tenerezza non bastano. Occorre testa. È necessario pensare oggi le soluzioni di domani. L'Italia è un Paese radicalmente mutato, in questo XXI secolo: pieno di complessità e di insidie, ma anche di possibilità».



Beppe Severgnini sarà giovedì al Bo

Il cielo sopra San Marco di Barbara Ganz

27 GENNAIO 2014 - 11:29

Il lavoro e la malattia: prima, durante e, finalmente, dopo

Cinque anni sono una data importante per chi ha combattuto una malattia grave. Alla Keyline, produzioni di chiavi e macchine duplicatrici a Conegliano, Treviso, è un'azienda intera a gioire e stappare una bottiglia. Perché è anche qui, oltre che in ospedale, che la battaglia è stata combattuta. E vinta.

Quando il male si è presentato, il medico ha suggerito a tre pazienti una nuova strategia di cura: prima ridurre la massa, poi asportarla. Mentre si svolgeva la prima parte della terapia, il consiglio era quello di mantenere una vita il più possibile normale, buon antidoto alla paura e allo scoraggiamento. Due aziende su tre hanno rifiutato la responsabilità di far continuare il lavoro a una persona malata. Una ha detto sì. Il ruolo svolto è stato aggiustato, così che un'assenza, un malessere, non diventassero un problema. E nei giorni peggiori, è capitato che Paolo si presentasse comunque in sede. Che cosa ci fai qui? Sono venuto a bere un caffè con voi, a scambiare due parole. Quando le condizioni sono state quelle giuste, è stato fatto l'intervento. I controlli hanno sempre dato l'esito sperato. Oggi Paolo lo riconosci perché quando l'amministratore lo incrocia in corridoio, la prima cosa che chiede è: hai mangiato bene oggi? Ed è proprio lui a chiedere di raccontare questa storia.



(Mariacristina Gribaudi e Paolo)

CONCILIAZIONE – Sembra una parola riferita sempre e solo a questioni di donne: di più, di mamme che hanno bisogno del part time o del permesso per seguire i figli. Invece l'esperienza che ha coinvolto la Keyline, durante la malattia di un suo dipendente, è entrata a pieno titolo a far parte della documentazione per l'Audit Famiglia&lavoro, la certificazione introdotta nel 2011 dalla Regione Veneto, prima in Italia dopo la Provincia autonoma di Bolzano. Insieme al pullmino acquistato quando, fatti due conti, si è visto che dallo stesso paese, Villorba, arrivavano in sette, dunque conveniva mettere a disposizione un mezzo comune. Alla biblioteca interna, di recente rinforzata con nuovi volumi a disposizione. E al progetto di centro estivo da mettere su, magari insieme alle aziende vicine, per chi ha figli: mamme e papà, quindi, anche se la mano dietro a questi progetti è femminile (e materna). Mariacristina Gribaudi, amministratrice unica di Keyline, di figli ne ha sei: quando uno di loro si è fatto sospendere da scuola, alle medie, è stato spedito in azienda a pesare e incartare chiavi.

IL TOCCO FEMMINILE (IN UNA AZIENDA MASCHILE) – Il primo: via le donne nude dal calendario, non senza le vibranti proteste di buona parte dei destinatari (concessionarie d'auto e officine, fra l'altro). Il secondo: le macchine duplicatrici, perché non farle colorate oltre che efficienti? Una strategia che ha dato i suoi frutti, «perché le ferramenta dove si fanno le copie sono nella stragrande maggioranza dei casi dei business familiari, e le signore sono spesso silenziose, ma al momento giusto sono loro a dire: il rosso, qui, ci starebbe davvero bene». Il terzo: una gestione del tutto innovativa dell'azienda. Il ruolo al vertice passa, ogni tre anni, dalla moglie al marito, Massimo Bianchi. Il 31 dicembre 2014 ci sarà il prossimo (il terzo) passaggio di testimone: la dicitura "amministratore unico" nemmeno c'è sul biglietto da visita, non servirà cambiarli. Due stili completamente diversi: lui più riflessivo, lei decisamente diretta. E ognuno porta qualcosa di peculiare: così non è un caso se fra la ventina di richieste che la fame di lavoro recapita qui ogni giorno, le ultime assunzioni hanno interessato due signore cinquantenni, e se fra i progetti allo studio c'è una giornata di formazione con Telefono Rosa, aperta ai 100 dipendenti, ma anche al territorio cui cui l'azienda dialoga di continuo. Che cosa c'entra la violenza sulle donne con le chiavi? «C'entra che se per tutti, al nostro interno e fuori, alziamo l'asticella, facciamo girare le idee migliori e ci confrontiamo, è un bene per tutti».

«Donne e lavoro, dipende solo dai vertici»

VOLPAGO

I progetti di conciliazione tra famiglia e lavoro sono possibili solo se i massimi dirigenti pubblici e privati dei luoghi di lavoro ci credono per primi. Questo è emerso dalla discussioni del convegno "Squilibri da riequilibrare" che si è tenuto a Volpago qualche giorno fa. Al convegno, organizzato dai comuni di Giavera, Vopago e Valdobiadene con il patrocinio della Regione, e moderato dalla giornalista della Tgr del Veneto Maria Pia Zorzi, sono stati esposti casi di successo in aiuto alle madri lavoratrici. Dal comune di Volpago che concede di sua volontà la flessibilità d'orario alle sue dipendenti madri di famiglia, fino



Il convegno a Volpago

alle aziende del territorio gestite da donne che hanno messo in campo buone pratiche, come Keyline di Conegliano, Confezioni Barbon di Carbonera e Moda & Servizi di Caerano San Marco. Tali imprese e il comune di Zero Branco si sono sottoposti alla certificazione delle loro buone pratiche attraverso " il progetto internazionale Audit Famiglia & Lavoro" un marchio internazionale acquistato dalla Regione. Per le aziende certificate sono stanziati contributi complessivi di un milione di euro, e cinquecentomila sono a disposizione delle amministrazioni pubbliche meritorie. Maria Cristina Gribaudi, amministratore unico di Keyline e madre di sei figli ha ricordato la sua esperienza di imprenditrice certificata per le buone pratiche sulle pari opportunità. Gribaudi ha ribadito il concetto dell'inutilità dei codici sulla conciliazione tra famiglia e lavoro se non sono i vertici aziendali a crederci.

Gino Zangrando

In programma il 30/01/2014. Ore 16

Incontro con Beppe Severgnini

Pubblicato il 23 gennaio 2014 Commenta!

Convegno organizzato dall'Associazione l'Associazione Imprenditrici e Donne Dirigenti di Azienda (AIDDA), interviene Severgnini, giornalista e scrittore.



"**Idee di oggi per il lavoro di domani. Uno sguardo al futuro tra manifatturiero, tecnologia e nuove professionalità**", sarà il tema dell'**incontro pubblico** in programma. Interverrà Beppe Severgnini, giornalista e scrittore. Il convegno è organizzato dall'Associazione l'Associazione Imprenditrici e Donne Dirigenti di Azienda (AIDDA), delegazione Veneto e Trentino Alto Adige, presieduta da **Marisa Bano Roncato**, in collaborazione con il Dipartimento di Scienze Economiche e Aziendali "Marco Fanno" dell'Università di Padova. Il dibattito politico divampa sul tema del lavoro, considerato un'emergenza, alla luce anche degli ultimi dati Istat che danno la disoccupazione giovanile oltre il 40 per cento.

Che futuro possiamo immaginare per il lavoro in Italia? Esiste ancora il Made in Italy? Chi sono i nuovi "makers"? Come va reinterpretata la sfida tecnologica in chiave italiana? I giovani sono un fattore strategico per il rilancio delle imprese? Sarà chiamato ad aprire il dialogo su questi temi cruciali per stimolare la riflessione e il confronto fra le imprenditrici e gli studenti il **giornalista del Corriere della Sera Beppe Severgnini.** Il dibattito sarà poi animato dagli interventi di **Marco Bettiol,** docente di Internet Marketing, di **Mariacristina Gribaudi,** amministratrice unica di Keyline e socia AIDDA e di **Luca Barbieri,** coordinatore editoriale di Corriere Innovazione.

"I nostri ragazzi hanno di fronte una prova – spiega Beppe Severgnini -. *È una prova difficile: lo dimostrano i numeri della disoccupazione, i tempi di attesa, le difficoltà legislative e burocratiche, l'economia asfittica. Per superarla ci vogliono talento e tenacia, tempismo e tecnica, tolleranza e tenerezza: le soluzioni spesso vanno intuite e immaginate, non sono pronte sullo scaffale della politica, dell'accademia o dei media. Il compito di amministratori e datori di lavoro non è facile. Neppure quello degli insegnanti, i minatori di talento nazionale: devono scoprirlo dentro ogni ragazzo, perché esiste. Ma talento e tenacia, tempismo e tecnica, tolleranza e tenerezza non bastano. Occorre testa. E' necessario pensare oggi le soluzioni di domani. L'Italia è un Paese radicalmente mutato, in questo XXI secolo: pieno di complessità e di insidie, ma anche di possibilità. Un Paese che, per rinascere, deve puntare sui suoi giovani, evitando le trappole della retorica giovanilistica, che tanti danni ha procurato. Il lavoro di domani occorre inventarlo oggi. Senza mai dimenticare chi siamo e da dove veniamo. Ai nostri ragazzi dobbiamo dare due cose: radici e ali. Il resto lo troveranno da soli."*

Con l'aiuto del professor Marco Bettiol, che squarcerà l'orizzonte sul **futuro del Made in Italy**, di Mariacristina Gribaudi, che ha fatto dei giovani la chiave del successo della sua azienda, e di Luca Barbieri, che affronta la realtà dall'osservatorio privilegiato di Corriere Innovazione, AIDDA si propone di immaginare l'Italia di domani e, per dare un segno concreto di sostegno alle giovani generazioni, annuncerà lo stanziamento di 2.000 euro destinati a sostenere le spese di una studentessa all'interno di un progetto del Dipartimento di Scienze Economiche e Aziendali.

"Quando si attraversa un momento difficile si hanno due possibilità: piegarsi o reagire – afferma **Marisa Bano Roncato**, presidente di AIDDA – *In questo momento noi decidiamo di rispondere alla crisi investendo sulle idee e sul dialogo con i giovani. Del resto affrontare i problemi in modo concreto e pensare al futuro dei figli è una caratteristica delle donne. Un convegno in collaborazione con il Dipartimento di Scienze Economiche e Aziendali al quale partecipa un grande giornalista italiano e una borsa di studio per una studentessa meritevole sono il contributo concreto che AIDDA propone per trovare insieme nuove prospettive per il lavoro in Italia".*

Aula Magna, Palazzo del Bo, via VIII febbraio, Padova

Ingresso libero fino all'esaurimento dei posti.

IN BREVE

AL BO

Severgnini parlerà di lavoro

Giovedì 30 gennaio nell'Aula Magna di Palazzo Bo alle 16 si terrà l'incontro pubblico "Idee di oggi per il lavoro di domani. Uno sguardo al futuro tra manifatturiero, tecnologia e nuove professionalità", con l'intervento di Beppe Severgnini (foto), giornalista e scrittore. Il convegno è organizzato dall'Associazione Imprenditrici e Donne Dirigenti di Azienda (AIDDA), delegazione Veneto e Trentino Alto Adige, presieduta da Marisa Bano Roncato, in collaborazione con il Dipartimento di Scienze Economiche e Aziendali "Marco Fanno" dell'Università di Padova. Beppe Severgnini parlerà di lavoro, di disoccupazione, made in Italy e prospettive per i giovani. Con lui anche Marco Bettiol, docente di Internet Marketing, e Mariacristina Gribaudi, amministratrice unica di Keyline.

RASSEGNA STAMPA
Testata www.ipadovaoggi.it
Uscita 22 gennaio 2014
N. pagine 1/2

Beppe Severgnini al Bo

Mercoledì 22 Gennaio 2014 09:43



“Idee di oggi per il lavoro di domani. Uno sguardo al futuro tra manifatturiero, tecnologia e nuove professionalità", sarà il tema dell'incontro pubblico in programma giovedì 30 gennaio, alle 16, nell'Aula Magna di Palazzo Bo. Interverrà Beppe Severgnini, giornalista e scrittore. Ingresso libero fino ad esaurimento dei posti.
Il convegno è organizzato dall'Associazione l'Associazione Imprenditrici e Donne Dirigenti di Azienda (AIDDA), delegazione Veneto e Trentino Alto Adige, presieduta da Marisa Bano Roncato, in collaborazione con il Dipartimento di Scienze Economiche e Aziendali "Marco Fanno" dell'Università di Padova

Il dibattito politico divampa sul tema del lavoro, considerato un'emergenza, alla luce anche degli ultimi dati Istat che danno la disoccupazione giovanile oltre il 40 per cento.Che futuro possiamo immaginare per il lavoro in Italia? Esiste ancora il Made in Italy? Chi sono i nuovi "makers"? Come va reinterpretata la sfida tecnologica in chiave italiana? I giovani sono un fattore strategico per il rilancio delle imprese? Sarà chiamato ad aprire il dialogo su questi temi cruciali per stimolare la riflessione e il confronto fra le imprenditrici e gli studenti il giornalista del Corriere della Sera Beppe Severgnini. Il dibattito sarà poi animato dagli interventi di Marco Bettiol, docente di Internet Marketing, di Mariacristina Gribaudi, amministratrice unica di Keyline e socia AIDDA e di Luca Barbieri, coordinatore editoriale di Corriere Innovazione."I nostri ragazzi hanno di fronte una prova – spiega Beppe Severgnini -. È una prova difficile: lo dimostrano i numeri della disoccupazione, i tempi di attesa, le difficoltà legislative e burocratiche, l'economia asfittica. Per superarla ci vogliono talento e tenacia, tempismo e tecnica, tolleranza e tenerezza: le soluzioni spesso vanno intuite e immaginate, non sono pronte sullo scaffale della politica, dell'accademia o dei media. Il compito di amministratori e datori di lavoro non è facile. Neppure quello degli insegnanti, i minatori di talento nazionale: devono scoprirlo dentro ogni ragazzo, perché esiste. Ma talento e tenacia, tempismo e tecnica, tolleranza e tenerezza non bastano. Occorre testa. E' necessario pensare oggi le soluzioni di domani. L'Italia è un Paese radicalmente mutato, in questo XXI secolo: pieno di complessità e di insidie, ma anche di possibilità. Un Paese che, per rinascere, deve puntare sui suoi giovani, evitando le trappole della retorica giovanilistica, che tanti danni ha procurato. Il lavoro di domani occorre inventarlo oggi. Senza mai dimenticare chi siamo e da dove veniamo. Ai nostri ragazzi dobbiamo dare due cose: radici e ali. Il resto lo troveranno da soli."Con l'aiuto del professor Marco Bettiol, che squarcerà l'orizzonte sul futuro del Made in Italy, di Mariacristina Gribaudi, che ha fatto dei giovani la chiave del successo della sua azienda, e di Luca Barbieri, che affronta la realtà dall'osservatorio privilegiato di Corriere Innovazione, AIDDA si propone di immaginare l'Italia di domani e, per dare un segno concreto di sostegno alle giovani generazioni, annuncerà lo stanziamento di 2.000 euro destinati a sostenere le spese di una studentessa all'interno di un progetto del Dipartimento di Scienze Economiche e Aziendali."Quando si attraversa un momento difficile si hanno due possibilità: piegarsi o reagire - afferma Marisa Bano Roncato, presidente di AIDDA – In

questo momento noi decidiamo di rispondere alla crisi investendo sulle idee e sul dialogo con i giovani. Del resto affrontare i problemi in modo concreto e pensare al futuro dei figli è una caratteristica delle donne. Un convegno in collaborazione con il Dipartimento di Scienze Economiche e Aziendali al quale partecipa un grande giornalista italiano e una borsa di studio per una studentessa meritevole sono il contributo concreto che AIDDA propone per trovare insieme nuove prospettive per il lavoro in Italia".

Foto di Armando Rotoletti

Beppe Severgnini al Bo

PO Redazione PadovaOggi - 22 Gennaio 2014

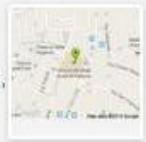
Tweet Consiglia 18

Presso **Palazzo del Bo** Dal 30/01/2014 Al 30/01/2014



INFORMAZIONI

DOVE
Palazzo del Bo
Via 8 Febbraio 1848, 2,Padova



ORARIO
16.00

COSTO

VOTO REDAZIONE
0 0

Dal 30/01/2014 Al 30/01/2014

Vai al sito

"Idee di oggi per il lavoro di domani. Uno sguardo al futuro tra manifatturiero, tecnologia e nuove professionalità", sarà il tema dell'**incontro pubblico** in programma giovedì 30 gennaio, alle 16, nell'Aula Magna di Palazzo Bo. Interverrà **Beppe Severgnini**, giornalista e scrittore. Ingresso libero fino ad esaurimento dei posti.

Il convegno è organizzato dall'Associazione l'Associazione Imprenditrici e Donne Dirigenti di Azienda (AIDDA), delegazione Veneto e Trentino Alto Adige, presieduta da Marisa Bano Roncato, in collaborazione con il Dipartimento di Scienze Economiche e Aziendali "Marco Fanno" dell'Università di Padova.

Il dibattito politico divampa sul tema del lavoro, considerato un'emergenza, alla luce anche degli ultimi dati Istat che danno la disoccupazione giovanile oltre il 40 per cento. Che futuro possiamo immaginare per il lavoro in Italia? Esiste ancora il Made in Italy? Chi sono i nuovi "makers"? Come va reinterpretata la sfida tecnologica in chiave italiana? I giovani sono un fattore strategico per il rilancio delle imprese? Sarà chiamato ad aprire il dialogo su questi temi cruciali per stimolare la riflessione e il confronto fra le imprenditrici e gli studenti il giornalista del Corriere della Sera Beppe Severgnini. Il dibattito sarà poi animato dagli interventi di Marco Bettiol, docente di Internet Marketing, di Mariacristina Gribaudi, amministratrice unica di Keyline e socia AIDDA e di Luca Barbieri, coordinatore editoriale di Corriere Innovazione.

"I nostri ragazzi hanno di fronte una prova – spiega Beppe Severgnini -. È una prova difficile: lo dimostrano i numeri della disoccupazione, i tempi di attesa, le difficoltà legislative e burocratiche, l'economia asfittica. Per superarla ci vogliono talento e tenacia, tempismo e tecnica, tolleranza e tenerezza: le soluzioni spesso vanno intuite e immaginate, non sono pronte sullo scaffale della politica, dell'accademia o dei media. Il compito di amministratori e datori di lavoro non è facile. Neppure quello degli insegnanti, i minatori di talento nazionale: devono scoprirlo dentro ogni ragazzo, perché esiste. Ma talento e tenacia, tempismo e tecnica, tolleranza e tenerezza non bastano. Occorre testa. E' necessario pensare oggi le soluzioni di domani. L'Italia è un Paese radicalmente mutato, in questo XXI secolo: pieno di complessità e di insidie, ma anche di possibilità. Un Paese che, per rinascere, deve puntare sui suoi giovani, evitando le trappole della retorica giovanilistica, che tanti danni ha procurato. Il lavoro di domani occorre inventarlo oggi. Senza mai dimenticare chi siamo e da dove veniamo. Ai nostri ragazzi dobbiamo dare due cose: radici e ali. Il resto lo troveranno da soli."

Con l'aiuto del professor Marco Bettiol, che squarcerà l'orizzonte sul futuro del Made in Italy, di Mariacristina Gribaudi, che ha fatto dei giovani la chiave del successo della sua azienda, e di Luca Barbieri, che affronta la realtà dall'osservatorio privilegiato di Corriere Innovazione, AIDDA si propone di immaginare l'Italia di domani e, per dare un segno concreto di sostegno alle giovani generazioni, annuncerà lo stanziamento di 2.000 euro destinati a sostenere le spese di una studentessa all'interno di un progetto del Dipartimento di Scienze Economiche e Aziendali.

"Quando si attraversa un momento difficile si hanno due possibilità: piegarsi o reagire - afferma Marisa Bano Roncato, presidente di AIDDA – In questo momento noi decidiamo di rispondere alla crisi investendo sulle idee e sul dialogo con i giovani. Del resto affrontare i problemi in modo concreto e pensare al futuro dei figli è una caratteristica delle donne. Un convegno in collaborazione con il Dipartimento di Scienze Economiche e Aziendali al quale partecipa un grande giornalista italiano e una borsa di studio per una studentessa meritevole sono il contributo concreto che AIDDA propone per trovare insieme nuove prospettive per il lavoro in Italia".

OBIETTIVO LAVORO

Le donne dirigenti d'azienda organizzano un convegno con Beppe Severgnini. E si preparano a sostenere una studentessa di economia

Disoccupazione giovanile oltre il 40 per cento, il futuro del Paese stretto tra una ripresa che tarda ad arrivare e il pericolo che quando arrivi sia una ripresa senza lavoro. Servirebbe un'idea, subito. Tra Made in Italy e Makers. E' quella alla cui ricerca è impegnata Aidda, l'Associazione Imprenditrici e Donne Dirigenti di Azienda, che a Padova ha organizzato un incontro delegazione Veneto e Trentino Alto Adige, presieduta da Marisa Bano Roncato, in collaborazione con il Dipartimento di Scienze Economiche e Aziendali Marco Fanno dell'Università di Padova, si fa promotrice di un incontro dal titolo «Idee di oggi per il lavoro di domani. Uno sguardo al futuro tra manifatturiero, tecnologia e nuove professionalità».

Il convegno, con ingresso libero su prenotazione (per riservare il proprio posto si può scrivere a **aiddavet@gmail.com**), si svolgerà nell'Aula Magna di Palazzo Bo, giovedì 30 gennaio, a partire dalle 16. Che futuro possiamo immaginare per il lavoro in Italia? Esiste ancora il Made in Italy? Chi sono i nuovi «makers»? Come va reinterpretata la sfida tecnologica in chiave italiana? I giovani sono un fattore strategico per il rilancio delle imprese? Chiamato ad aprire il dialogo su questi temi per stimolare la riflessione e il confronto fra le imprenditrici e gli studenti il giornalista del *Corriere della Sera* Beppe Severgnini. Il dibattito sarà poi animato dagli interventi di Marco Bettiol, docente di Internet Marketing, di Mariacristina Gribaudi, amministratrice unica di Keyline e socia Aidda e di Luca Barbieri, coordinatore editoriale di Corriere Innovazione.

«**I nostri ragazzi hanno di fronte una prova** – spiega Beppe Severgnini - È una prova difficile: lo dimostrano i numeri della disoccupazione, i tempi di attesa, le difficoltà legislative e burocratiche, l'economia asfittica. Per superarla ci vogliono talento e tenacia, tempismo e tecnica, tolleranza e tenerezza: le soluzioni spesso vanno intuite e immaginate, non sono pronte sullo scaffale della politica, dell'accademia o dei media. Il compito di amministratori e datori di lavoro non è facile. Neppure quello degli insegnanti, i minatori di talento nazionale: devono scoprirlo dentro ogni ragazzo, perché esiste. Ma talento e tenacia, tempismo e tecnica, tolleranza e tenerezza non bastano. Occorre testa. E' necessario pensare oggi le soluzioni di domani. L'Italia è un Paese radicalmente mutato, in questo XXI secolo: pieno di complessità e di insidie, ma anche di possibilità. Un Paese che, per rinascere, deve puntare sui suoi giovani, evitando le trappole della retorica giovanilistica, che tanti danni ha procurato. Il lavoro di domani occorre inventarlo oggi. Senza mai dimenticare chi siamo e da dove veniamo. Ai nostri ragazzi dobbiamo dare due cose: radici e ali. Il resto lo troveranno da soli». Con l'aiuto del professor Marco Bettiol, che squarcerà l'orizzonte sul futuro del Made in Italy, di Mariacristina Gribaudi, che ha fatto dei giovani la chiave del successo della sua azienda, AIDDA si propone di **immaginare l'Italia di domani** e, per dare un segno concreto di sostegno alle giovani generazioni, annuncerà lo stanziamento di 2.000 euro destinati a sostenere le spese di una studentessa all'interno di un progetto del Dipartimento di Scienze Economiche e Aziendali.

«Quando si attraversa un momento difficile si hanno due possibilità: piegarsi o reagire - afferma Marisa Bano Roncato, presidente di AIDDA – In questo momento noi decidiamo di rispondere alla crisi investendo sulle idee e sul dialogo con i giovani. Del resto affrontare i problemi in modo concreto e pensare al futuro dei figli è una caratteristica delle donne. Un convegno in collaborazione con il Dipartimento di Scienze Economiche e Aziendali al quale partecipa un grande giornalista italiano e una borsa di studio per una studentessa meritevole sono il contributo concreto che AIDDA propone per trovare insieme nuove prospettive per il lavoro in Italia».