

in questo numero:

ASSOCIAZIONE

La prima Assemblea privata digitale di Confindustria Emilia

OSSERVATORIO COVID-19

Una fotografia reale dell'esperienza emiliana grazie ai questionari compilati dalle imprese

PREMIO ESTENSE

I quattro finalisti della 56^a edizione sono Bencivelli, Sinigaglia, Trincia e Vecchio

Autorizzazione del Tribunale di Bologna n.6858 del 26.11.1998
Poste Italiane SpA - Spedizione in Abbonamento Postale 70% - Aut. MBPA/CN/BO/0008/2015.





Oltre alla sede di Modena recentemente ristrutturata e ampliata, l'azienda, che conta più di 20 dipendenti e vanta un'esperienza di 25 anni nel settore informatico e delle nuove tecnologie, ha inaugurato da qualche anno un ufficio e uno showroom a Milano, in un'ottica di consolidamento ed estensione del proprio parco clienti.

Il laboratorio di ricerca e sviluppo e lo showroom sono il punto di partenza per elaborare soluzioni complete, funzionali ed esclusive con lo scopo di garantire esperienze comunicative estremamente innovative ed emozionali. Tavoli multitouch e leggii interattivi, totem da interno ed esterno, vetrine interattive, videowall, artwall, oltre che software per la gestione di qualsiasi tipo di applicativo, sono solo alcuni degli esempi delle realizzazioni dell'azienda, che elabora non solo soluzioni su misura per i clienti ma fornisce le proprie tecnologie anche a noleggio per venire incontro alle esigenze della clientela.

Corepixx cura tutti gli aspetti del progetto, dal concept all'installazione oltre al supporto post-vendita e, attraverso il suo team di esperti, è in grado di creare prodotti personalizzati per rispondere a qualsiasi richiesta e necessità.

“Il nostro obiettivo è quello di coniugare tecnologia e design, dove per design non intendiamo solo hardware, ma ci riferiamo anche alla qualità dei contenuti digitali offerti, tutti servizi che insieme portano alla realizzazione di progetti di impatto cuciti ad hoc sul cliente che si rivolge a noi”. Queste le parole di Riccardo Zaccaria, business developer manager della società che fattura 2 milioni di euro e che nell'ultimo anno ha assistito a un notevole incremento sia del giro di affari sia del personale impiegato in azienda.

“L'esperienza derivante da centinaia di progetti realizzati e le partnership in tutta Europa con i fornitori più accreditati del settore consentono a Corepixx di fornire il migliore know-how e la miglior consulenza in tema di comunicazione digitale, oltre a tutti gli strumenti più all'avanguardia per valorizzare la brand equity.

La dinamicità unita alla customizzazione e alla versatilità rende i prodotti e i progetti proposti da Corepixx accattivanti per vari settori: dal retail ai musei, dai centri commerciali ai network di agenzie di viaggi e immobiliari passando per banche, assicurazioni, pubbliche amministrazioni, hotel, ristoranti, settore formativo, aziende, fiere ed eventi”, continua Marco Borsari, project manager dell'azienda.

Corepixx annovera tra i propri clienti realtà di grande rilievo quali Maserati, Barilla, Gattinoni Travel Network, CIRfood, Carglass, Sportler, CPL Concordia, Fosber, Inter FC, LiuJo, Museo Casa Enzo Ferrari e molti altri.

Per maggiori informazioni: www.corepixx.com

TRASPARENZA E INVESTIMENTI: LA RISPOSTA DI CREI AL COVID-19

Negli ultimi mesi la diffusione del Coronavirus ha posto il mondo dell'imprenditoria di fronte a uno scenario inaspettato e che, drammaticamente, preannuncia ripercussioni su tutta la collettività. Tuttavia, in questo clima di incertezza e soprattutto paura, ci sono imprenditori che hanno deciso di esporsi in prima linea, consapevoli della responsabilità che ha un leader nei confronti di ogni singolo

dipendente della propria azienda.

Come Denis Felletti, presidente di Crei, azienda bolognese specializzata nella produzione e nello sviluppo di elementi riscaldanti e sonde di temperatura ad alto contenuto tecnologico per l'industria. Felletti ha rafforzato quella filosofia che da 50 anni regola i rapporti tra le risorse, affrontando la tempesta e attenuando le preoccupazioni dei propri collaboratori, puntando sulla trasparenza e sul dialogo come impegno fisso e irrinunciabile. “Ogni due settimane scrivo a tutto il personale una comunicazione in cui faccio il punto della situazione: elenco dei nuovi ordini, i venduti, gli invenduti, le prospettive e gli scenari, con l'obiettivo di tenere tutti aggiornati sull'andamento commerciale. Se le cose vanno bene lo dico e se vanno male non lo nascondo”, racconta.

In questo momento di vulnerabilità servono risposte: secondo Felletti, ogni imprenditore è tenuto a darle, per motivi di trasparenza, ma non solo. “Non posso permettere che i miei collaboratori vengano in azienda pieni di dubbi e preoccupazioni. Sarebbe poco serio sarebbe e persino improduttivo. Devono sapere in ogni momento qual è la situazione dell'azienda e in quale direzione stiamo andando”.

Altra risposta controcorrente e coraggiosa è la reazione alla crisi. Nonostante il periodo poco felice, infatti, Crei non si è fermata, ma al contrario sta approntando investimenti per i prossimi mesi. Il rallentamento generale è l'occasione per riorganizzare il lavoro e in particolare modernizzare le tecnologie di processo, con l'obiettivo di aumentare la produttività e offrire una maggior flessibilità in termini di servizio,



plus che già contraddistinguono Crei. Non promesse, ma certezze, quelle su cui ha posto l'attenzione Felletti che sta preparando anche il lancio di un nuovo prodotto con applicazione in diversi settori tra cui packaging, plastica, alimentare, farmaceutico, laboratorio e automazione.

“Si tratta di una nuova linea di sonde in ossido minerale capaci di raggiungere temperature di esercizio più elevate rispetto alle sonde convenzionali: un prodotto altamente innovativo che potrebbe aprire per la nostra azienda interessanti scenari di mercato. Dialogo e coesione, investimenti, ricerca e sviluppo sono la risposta di un'impresaria che vuole cogliere dalle difficoltà nuovi spunti per migliorare e crescere”, conclude Denis Felletti.

IL GENERATORE DI OZONO DI EGICON OTTIENE I FONDI REGIONALI

È 'made in Mirandola' il generatore di ozono per la sanificazione degli ambienti che ha ottenuto i fondi erogati dalla Regione Emilia-Romagna alle aziende che hanno presentato idee innovative contro l'emergenza sanitaria da Covid-19. A realizzarlo è stata Egicon, azienda fondata nel 2008 nella città in provincia di Modena e specializzata nella progettazione e produzione di sistemi elettronici e di visione artificiale per i settori automotive, industriale, medicale e aerospaziale.

“Già prima del bando regionale avevamo identificato nella sanificazione a ozono una potenziale opportunità per dare un contributo reale alle esigenze legate all'emergenza sanitaria in corso”, dichiara Lucio Madella Amadei, socio e direttore commerciale dell'azienda che ha un fatturato di 10 milioni di euro e occupa 60 dipendenti, di cui 25 ingegneri elettronici impiegati nell'area ricerca e sviluppo. “Il bando”, continua Madella Amadei, “è stato quindi un importante acceleratore del processo di sviluppo già in corso, dato che il nostro progetto era perfettamente allineato con lo spirito del bando stesso: la progettazione e realizzazione di soluzioni utili al contenimento della diffusione del Covid-19”.



Il progetto di Egicon prevede la realizzazione di un dispositivo elettronico evoluto basato sull'emissione di ozono come agente sanificante, date le innumerevoli dimostrazioni scientifiche della sua efficacia. Una tecnologia usata da molti anni, matura e testata, ma non per questo esclusa da possibili integrazioni e miglioramenti. Un'approfondita analisi dei dispositivi oggi presenti sul mercato ha rivelato la possibilità di introdurre sostanziali miglioramenti in termini di monitoraggio del processo, autodiagnosi del sistema e interconnessione con altri apparati.

“La nostra esperienza multisettoriale ci ha permesso di ipotizzare una 'contaminazione tecnologica' basata sulle piattaforme comunemente usate nei nostri prodotti e sui bisogni tipici di integrazione dettati dai clienti. Abbiamo quindi ipotizzato l'inserimento di alcune importanti peculiarità, senza per questo gravare in modo significativo sul costo dell'apparato”, prosegue Madella Amadei.

“In questi anni si parla molto di domotica, IoT, Fabbrica 4.0: ogni elemento che opera in uno specifico contesto, se integrato, può massimizzare l'efficacia del suo impiego. Per questo motivo, nella progettazione del generatore di ozono abbiamo dato particolare importanza alla capacità del sistema di integrarsi con i bus di comunicazione, cablati e wireless, tipici del settore industriale, per permettere il controllo centralizzato della gestione del modulo”, evidenzia ancora il direttore commerciale di Egicon.

La possibilità di sviluppare ogni parte del sistema, piuttosto che operare una sempli-

ce integrazione di moduli commerciali, ha permesso di realizzare un'analisi di dettaglio delle potenziali criticità operative, sviluppando quanto necessario a dotare la macchina di una elevata capacità auto-diagnostica finalizzata alla garanzia delle prestazioni e della sicurezza. I componenti chiave del sistema sono tutti “made in Italy”, dal gruppo di generazione dell'ozono alla centralina elettronica di controllo, e

l'apparato è prodotto e collaudato completamente nella sede di Mirandola.

Per questo progetto l'azienda ha ottenuto a giugno la certificazione del primo modello per uso in ambiente domestico e professionale e sta definendo un accordo commerciale con un partner leader europeo nelle applicazioni sanitarie veicolari al fine di realizzare una seconda versione dell'apparato che possa essere certificata e distribuita a livello europeo.

UN 2020 A GRANDE VELOCITÀ PER ENERGICA

Quest'anno, Energica conferma il trend di crescita industriale, nonostante le condizioni complesse di mercato e la chiusura del reparto produttivo per circa un mese (dal 25 marzo al 28 aprile). E a dimostrarlo non sono solo i dati della produzione, ma anche le partnership concluse in territori importanti, dall'Europa all'Asia.

Infatti, se rispetto allo stesso periodo dello scorso anno, la società ha aumentato l'operatività consegnando ai propri dealers e importatori il 68% di moto in più, anche la quota di concessionari nel mondo è cresciuta (+72% negli ultimi 12 mesi).

“La produzione continua a ritmi sostenuti, per soddisfare velocemente sia i clienti europei sia quelli statunitensi e asiatici”, afferma Giacomo Leone, Energica sales & field marketing director. “L'interesse al marchio Energica, infatti, è confermato