

.04

# TÜV Italia Journal

In questo numero: **Ottimismo oltre la crisi**



Italia

Scegli la certezza.  
Aggiungi valore.

- ▣ Investire senza paura: Fomas guarda oltre 4
- ▣ Genomina, l'hi tech è sinonimo di futuro 8
- ▣ Iarp, innovare per conservare... 13
- ▣ STCC Colombo, la carta non morirà: sparirà solo quella inutile 17



Italia



4 Investire senza paura  
Fomas guarda oltre

8 Genomina, l'hi tech  
è sinonimo di futuro

13 Iarp, l'innovazione al servizio  
della conservazione... dei cibi

17 STCC, la carta non morirà:  
sparirà solo quella inutile

### In questo numero

- 3 Editoriale di Andrea Vivi:  
ottimismo oltre la crisi
- 4 Fomas, investire senza paura
- 8 Genomina, hi tech e futuro
- 13 Iarp, innovare per conservare...
- 17 STCC, la carta non morirà
- 21 La via bolognese alla crescita
- 25 Energia senza reti elettriche

### News

- 11 TÜV Italia acquisisce Stima System
- 11 Certificazione HALAL: il caso del Consorzio  
Mozzarella di Bufala Campana DOP
- 12 Seminario TÜV Italia: la pre-compliance EMC
- 12 TÜV Italia per l'abbigliamento bambino
- 28 "TÜV SÜD Auto" per iPhone
- 28 Il Gruppo TÜV SÜD per un'industria  
del legno responsabile
- 29 E-miglia testa i limiti dell'elettromobilità

### Le attività di TÜV SÜD

- 30 Guitar hero

### info

**EDITORE:**  
TÜV Italia Srl - Via G. Carducci, 125 pal. 23  
20099 Sesto San Giovanni (MI)

**PROPRIETARIO:**  
TÜV Italia Srl - Via G. Carducci, 125 pal. 23  
20099 Sesto San Giovanni (MI)

**DIRETTORE RESPONSABILE:**  
Emilia Pistone - TÜV Italia Srl  
Via G. Carducci, 125 pal. 23  
20099 Sesto San Giovanni (MI)

**REDAZIONE:**  
TÜV Italia Srl - Via G. Carducci, 125 pal. 23  
20099 Sesto San Giovanni (MI)  
Supervisione generale: Paolo Barbieri  
Copie, inclusi gli estratti, solo su concessione  
dell'editore.

**IMMAGINI:**  
TÜV SÜD (28, 29), Siemens (25, 26), David  
Steets (30-31).

**FOTO DI COPERTINA:**  
iStockphoto

**TIPOGRAFIA:**  
Gam Edit Srl - Via Aldo Moro, 8  
24035 Curno (BG)

**IMPAGINAZIONE:**  
TÜV Italia Srl - Via G. Carducci, 125 pal. 23  
20099 Sesto San Giovanni (MI)



# Ottimismo oltre la crisi

Caro lettore,  
mentre mandiamo in pagina questo fascicolo del nostro magazine, sono ancora tante le incertezze che caratterizzano lo scenario economico globale ed europeo. Nel dibattito pubblico fra istituzioni, cittadini e imprese è diventato centrale il tema della crescita, anche se i segnali di una possibile inversione di tendenza della crisi sono ancora molto timidi.

In questo numero di TÜV Italia Journal abbiamo voluto esplorare un pezzo del mondo delle imprese, che è il primo interlocutore naturale di TÜV Italia e del nostro Gruppo internazionale, nell'ottica dell'ottimismo.

L'ottimismo degli operatori economici non è una categoria dello spirito, ma una lente per guardare alla realtà di ogni singola impresa e del suo mercato. Ci siamo resi conto del fatto che alcune aziende che noi conosciamo molto bene per averle supportate nei loro processi di innovazione organizzativa e nelle loro certificazioni, impegnate in settori produttivi e mercati molto diversi fra loro, guardano al futuro, nonostante tutto, con un cauto ma ragionevole ottimismo.

Lo scenario macroeconomico e i grandi cambiamenti tecnologici e di mercato hanno imposto ad alcune di loro delle sfide molto dure, ma esse non hanno perso la capacità di programmare e di investire nel loro futuro. Gli interrogativi di fondo che abbiamo voluto mettere a fuoco, quindi, sono i seguenti: con quali strumenti queste imprese leggono la realtà difficile che ci circonda? Quali risorse valorizzano, quali scelte fanno per non rispondere alla crisi globale solo con una reazione difensiva, con un ridimensionamento, che pure in molti altri casi è stato inevitabile?

Come sempre, siamo andati alla ricerca di un filo conduttore, di un punto di vista comune dei nostri interlocutori. Genomina, che lavora nel campo della tecnologia per la genetica, ci racconta la necessità di guardare "oltre" il mercato nazionale e "oltre" la crisi investendo in ricerca e tecnologie per proporre servizi più avanzati. Anche Iarp, industria di prodotti per la

refrigerazione commerciale, ha scelto di guardare al mondo nel suo complesso, e difende il suo patrimonio produttivo portando sui dinamici mercati asiatici il "plus" rappresentato dalla tecnologia e dallo stile italiano. STCC, Gruppo Colombo, lavora nel campo delle arti grafiche e deve fare i conti con la rivoluzione che l'informatica e Internet hanno portato in questo settore; ma invece di difendere il passato, questa azienda ci spiega in che modo lavora per essere protagonista del cambiamento. Di grande interesse anche la storia del gruppo Fomas, che produce componenti per la produzione energetica, ed ha appena portato a termine un coraggioso programma di investimenti industriali nonostante il lungo periodo di rallentamento dell'economia e nonostante la battuta d'arresto che ha colpito un settore del suo mercato, quello del nucleare. Per finire, uno sguardo all'impegno e alle prospettive di una Unione industriale importante come quella bolognese: anche qui quello che ci ha interessato maggiormente è il modo in cui il mondo associativo degli imprenditori guarda alle prospettive della ripresa economica e alla sua capacità di "fare sistema".

I punti in comune? Se ne possono citare almeno tre. Il primo è la capacità di visione strategica, il secondo è la consapevolezza del valore della risorsa umana, il terzo la fiducia nell'innovazione organizzativa, che è poi in genere quel che mette in contatto le imprese con un organismo tecnico internazionale come il nostro. ■

ANDREA VIVI  
Amministratore Delegato TÜV Italia



### contatto

Andrea Vivi

+39-02-241301

+39-02-24130399

andrea.vivi@tuv.it

www.tuv.it



# Investire senza paura FOMAS guarda oltre

Nata nel 1956, l'azienda produce forgiati e laminati soprattutto per la produzione di energia: la crisi non ha frenato un complesso piano di ammodernamento e di ampliamento. Nonostante lo stop del mercato nucleare, il gruppo tiene fede alla sua filosofia e punta su innovazione e certificazioni. Parla il CEO Jacopo Guzzoni.

**F**OMAS è un gruppo industriale che produce forgiati e anelli laminati in acciaio e leghe non ferrose: ci racconta la storia della sua azienda e le tappe principali che vi hanno portato ad essere leader anche sui mercati internazionali, oltre ad illustrarci brevemente i settori a cui è destinata la vostra produzione?

Nata nel 1956 dall'intuizione del Professor Gastone

Guzzoni, mio nonno, oggi FOMAS è uno dei maggiori gruppi industriali produttori di forgiati e anelli laminati, destinati soprattutto ai mercati della Power Generation, convenzionale e non (dal nucleare all'eolico), dell'Oil & Gas, dell'Aerospace, dei Cuscinetti e delle Trasmissioni. Il Gruppo ha sette siti produttivi dislocati in Italia, Francia, India, Cina e conta su un organico di circa 1300 dipendenti nel mondo.

**FOMAS nasce e si sviluppa come un'azienda della**



Brianza lecchese, capace di crescere anche fuori dai confini nazionali, avendo come clienti le più note multinazionali del settore energia. Su quali capacità FOMAS ha puntato per stabilire negli anni una collaborazione con colossi di settori innovativi da un punto di vista tecnologico?

Sin dagli inizi il nostro primario obiettivo è stato quello di ottenere un forgiato dalle caratteristiche qualitative elevate. Per raggiungere questo scopo la continua attenzione all'innovazione dei processi e il miglioramento delle procedure sono stati fondamentali. E ancora oggi il nostro obiettivo rimane il raggiungimento dell'eccellenza in ogni processo e dipartimento.

Nel 2007 l'azienda ha sviluppato il progetto "FOMAS 2012" che prevede un investimento di 250 milioni di euro per l'ampliamento di siti produttivi in Italia, Francia, Cina ed India, concentrando l'attenzione sull'innovazione in termini di attrezzature, macchinari e tecnologie. Cosa vi ha spinto a pianificare e realizzare un piano così coraggioso e ambizioso in una situazione di mercato non favorevole come l'attuale?

In effetti il 14 maggio è stato inaugurato con nostro grande orgoglio il progetto originariamente denominato "FOMAS 2012" e ora rinominato "FOMAS 2011" perchè portato a compimento con un anno di anticipo! "FOMAS 2011", lanciato nel 2007, è parte del più ampio programma di investimenti che nello stesso periodo ha coinvolto tutto il Gruppo FOMAS, per un totale di 250 milioni di euro. Quando abbiamo deciso di intraprendere questo cammino, la situazione economica a livello mondiale era assai diversa da quella in cui ci troviamo oggi: la richiesta di prodotti in campo energetico superava le capacità produttive delle aziende fornitrici, tanto da spingere i gruppi più attenti a riorganizzarsi, ma soprattutto ad investire per seguire l'andamento di un mercato che sembrava destinato ad una crescita senza fine. E questo ovviamente ha coinvolto anche la nostra azienda, anche se da sempre FOMAS si contraddistingue per l'attenzione all'innovazione dei processi e alla qualità dei prodotti con continui interventi sugli impianti e sulla struttura organizzativa.

Malgrado lo scoppio della crisi non abbiamo avuto

Stabilimento FOMAS di Dalian (Cina)



ripensamenti né abbiamo deciso di rallentare, grazie anche ad una situazione finanziaria del Gruppo solida e per nulla indebitata.

"FOMAS 2011" è volto ad incrementare le capacità produttive e qualitative con investimenti in nuovi impianti dotati di tecnologie all'avanguardia.

Il piano di investimento di cui abbiamo parlato comprende anche l'installazione di una nuova pressa di 11.300 tonnellate, che permette di realizzare pezzi destinati alla costruzione di centrali nucleari di ultima generazione. Il nucleare è uno dei settori in cui il gruppo FOMAS è operativo da oltre quarant'anni. Ma come affronterete le conseguenze del recente stop al nucleare, nel nostro come in altri paesi?

Con la conclusione del progetto "FOMAS 2011", siamo in grado di produrre una gamma di forgiati di dimensioni superiori, con materiali più sofisticati e di ultima generazione destinati a mercati molto esigenti, uno dei quali è quello del nucleare. Per quanto riguarda lo stop al nucleare in Italia, credo che rappresenti l'ennesima occasione persa e che le motivazioni che hanno portato a questo risultato siano più legate all'emotività del momento. Purtroppo la calamità naturale verificatasi in Giappone ha avuto un impatto considerevole sull'opinione pubblica italiana (e non solo) nei riguardi del ritorno al nucleare nel nostro paese.

Ma va sottolineato il fatto che l'incidente alla centrale nucleare di Fukushima, conseguenza dello tsunami, ha evidenziato l'inadeguatezza della manutenzione dell'impianto, per altro obsoleto in quanto la tecnologia adottata risale alla I° generazione, quando oramai siamo già arrivati alla III° + . Per quanto ci riguarda il nucleare rimane per FOMAS un mercato importante sul quale abbiamo investito e nel quale continuiamo a credere, ci possiamo solo augurare che i →

## contatto

Francesco Lega

+39-02-24130.1

+39-02-24130.399

francesco.lega@tuv.it

www.tuv.it



governi dei vari paesi rafforzino le regolamentazioni legate alla sicurezza degli impianti e alle credenziali dei vari fornitori, in modo da far sì che solo le aziende "virtuose" e rispettose appieno di tali prerogative possano lavorare in questo mercato.

**Restiamo nell'ambito di questo tema così attuale e controverso. Accanto alla posizione italiana di chiusura al nucleare, altri paesi hanno invece fatto scelte meno definitive e il settore ha ancora delle prospettive. Spiega ai nostri lettori in che termini si può parlare di sicurezza e sostenibilità nella produzione di energia nucleare?**

Nonostante il recente caso di Fukushima dove lo tsunami ha portato alla luce le manchevolezze della società che gestiva i reattori, che incautamente ha sottovaluto l'efficacia di una adeguata manutenzione allo scopo di ottenere maggiore produzione, la richiesta di nuove centrali e l'adeguamento delle centrali in esercizio agli standard di sicurezza conseguenti alle verifiche richieste dopo il drammatico terremoto, sono la conferma che l'energia nucleare, al momento, rimane ancora una fonte della quale non possiamo fare a meno in attesa che altri fonti ad alta efficienza e a emissioni "zero" possano sostituirla. Infatti, le energie alternative si possono utilizzare al massimo in ambito familiare, ma per coprire il fabbisogno energetico, per una popolazione di 9 miliardi nel 2050, si dovrà necessariamente ricorrere ancora al nucleare di nuova generazione.

**L'attenzione alla sicurezza, alla qualità e alle esigenze dei clienti sono alcuni degli elementi del**

**vostro successo, che passa anche attraverso le numerose certificazioni conseguite dalla vostra azienda con diversi organismi, tra le quali la certificazione tedesca AD-WO e la certificazione secondo la Dir. 97/23/CE (PED) per materiali e attrezzature in pressione rilasciate da TÜV Italia. Quali sono le vostre aspettative nei confronti di un organismo di certificazione chiamato a verificare la qualità dei vostri prodotti, che viene assicurata tramite l'applicazione di processi produttivi tecnologicamente avanzati e con l'implementazione di sistemi di gestione efficienti ed efficaci?**

Fin dagli anni '70, FOMAS è sempre stata pronta a cogliere per prima le opportunità di ottenere le certificazioni di prodotto e di sistema permettendoci così di essere sempre in anticipo rispetto alle evoluzioni dei requisiti, man mano sempre più severi nel corso degli anni.

Il rapporto con i diversi organismi di certificazione rappresenta ancora oggi un'opportunità di valorizzazione del prodotto, non solo attraverso la certificazione dello stesso e del Sistema Qualità aziendale, ma anche attraverso la certificazione della sicurezza sul lavoro e quella ambientale. A questo proposito, l'organismo di certificazione si deve proporre non solo come mero "verificatore" dei Sistemi integrati aziendali ma anche come elemento "catalizzatore" per promuovere un miglioramento continuo dei processi aziendali.

**Nello scorso mese di maggio FOMAS ha organizzato due Open Day presso la sede di Osnago, uno rivolto ai clienti, che annovera colossi nel settore energetico, e uno per i dipendenti e le loro famiglie.**

**Non è la prima volta che l'azienda pianifica queste iniziative che evidenziano il desiderio di aprire, coinvolgere e comunicare l'azienda a due target importanti per la sua attività. Quali sono le vostre aspettative e i feedback di queste iniziative?**

Queste iniziative, malgrado la complessità organizzativa e lo sforzo economico che comportano, soprattutto in un periodo difficile come quello attuale, sono parte integrante del nostro essere FOMAS Group. Da sempre siamo legati alle ricorrenze e agli anniversari societari, perché convinti che siano strumenti di comunicazione efficaci. Infatti i feedback positivi li vediamo ogni anno: l'adesione dei dipendenti a questi eventi è tendenzialmente aumentata, a dimostrazione di una volontà di "esserci" notevole.

Non si tratta solo di un pranzo o di una cena con i colleghi, ma anche di un momento in cui tiriamo le somme e facciamo il punto della situazione (positiva o negativa che sia), dove festeggiamo i dipendenti con dieci o quarant'anni di anzianità e, nelle ricorrenze speciali, condividiamo questi momenti anche con i famigliari.

Pertanto la conclusione del Progetto "FOMAS 2011", non poteva non essere festeggiata. L'ampiezza del progetto che non ha solo trasformato il sito produttivo di FOMAS, ma ha anche coinvolto molte persone (dipendenti, partner, comunità, amministrazioni varie e clienti) ci ha convinti a realizzare due momenti: uno più istituzionale e uno familiare, entrambi volti a mostrare quanto realizzato in questi 4 anni dal lancio del progetto. E con orgoglio possiamo dire che il successo riscontrato per entrambi gli eventi (14 maggio, Open Day per i clienti, e 28 maggio, Open Day per le famiglie) è stato considerevole. ■

Momenti di festa all'Open Day per le famiglie, tenutosi il 28 maggio 2011.



JACOPO GUZZONI

Nel 1987, conseguita la laurea in Economia Aziendale e Management presso l'Università Bicconi di Milano, entra in FOMAS, ricoprendo negli anni posizioni di crescente responsabilità.

Nel 1999 è nominato Vice President Operations dell'azienda ed Executive Vice President delle controllate Asfo SpA e Hot Roll Srl, oltre che Direttore della società controllata Bay-Forge Ltd. con sede in India. Dal 2006 è CEO e Vice Presidente del Gruppo FOMAS, posizione che ricopre ancora oggi.

# Genomnia punta sulla ricerca: qui l'hi tech è sinonimo di futuro



Un tempo era fantascienza, oggi è business: il sequenziamento del DNA è al servizio della ricerca biomedica ma anche dell'industria farmaceutica, alimentare ed energetica. Il Direttore scientifico, Anna Moles, ci racconta organizzazione e scelte strategiche dell'azienda.

**G**enomnia è una "service provider", un'azienda a capitale totalmente privato fondata nel 2008, che fornisce "servizi di sequenziamento massivo di acidi nucleici e di analisi di bioinformatica", così vi presenta il sito web. Illustra ai nostri lettori in termini più semplici gli ambiti di ricerca in cui operate, oltre alla vostra giovane storia aziendale?

Il sequenziamento del DNA è stato possibile sin dagli anni '70, quando è stato sviluppato il metodo Sanger, un metodo molto affidabile, ma troppo laborioso per sequenziare regioni del genoma molto grandi. Più recentemente, sono state introdotte delle tecnologie che hanno lo scopo di ridurre tempi e costi del sequenziamento. Per esempio, il sequenziamento di un intero genoma umano è possibile ora in pochi giorni a fronte di diversi anni che ha richiesto il Progetto Genoma per poter arrivare ad un primo risultato. Queste tecnologie sono applicabili anche nell'ambito della trascrittomica, cioè la misura dell'espressione

dei geni e dell'epigenetica, cioè dello studio dei meccanismi non strettamente genetici, che controllano l'espressione dei geni.

Genomnia è stata fondata nel 2008 allo scopo di poter offrire ai ricercatori che operano nell'ambito delle scienze della vita, la possibilità di usufruire di queste tecnologie e delle competenze richieste, per poter sviluppare i loro progetti. Essendo un'azienda spin-off di una grande impresa, AB MEDICA Spa, attiva nel settore della chirurgia e in generale della cura del paziente, l'ambizione principale è quella di poter agire al suo fianco per sviluppare applicazioni che aiutino i medici nel loro percorso di prevenzione e cura dei pazienti.

**Attività di ricerca e progettazione, questi sono i servizi che Genomnia offre. Quali sono i settori industriali che richiedono e utilizzano le vostre ricerche e quali sono le leve di marketing che utilizzate per promuovere i vostri servizi sul mercato scientifico, un settore, visto dall'esterno, dove la**



**conoscenza sembrerebbe condivisa, ma dove non manca la competitività?**

I nostri servizi possono essere utili in moltissimi settori. Prima di tutto, per progetti di ricerca di carattere squisitamente biomedico, le nostre applicazioni possono essere utilizzate anche dall'industria farmaceutica, per esempio per scoprire nuovi target farmacologici o, nell'ambito della farmacogenomica, per individuare sottopopolazioni su cui alcune molecole possono presentare rischi di effetti indesiderati più elevati. Le nostre attività sono di interesse anche per l'industria alimentare, per esempio per valutare gli effetti sull'organismo di molecole naturalmente presenti negli alimenti e, per il settore dell'energia, per l'ottimizzazione della produzione di nuovi biocombustibili.

La nostra azienda è service provider ufficiale della Life Technologies per la piattaforma SOLiD e quindi parte delle nostre attività di marketing sono legate a quelle di questo grande marchio. Abbiamo, attraverso collaborazioni scientifiche, redatto delle pubblicazioni su riviste specializzate. Per il resto utilizziamo i canali più comuni, come i seminari, partecipiamo a bandi di ricerca con partner accademici, abbiamo allestito un sito web e avviato iniziative promozionali, ma soprattutto cerchiamo di farci pubblicità offrendo una buona qualità di servizi che, anche nel nostro ambito, rappresenta un ottimo biglietto da visita.

**Il personale scientifico di Genomnia è rappresentato in gran parte da biologhe, così che si potrebbe affermare che in Genomnia la ricerca è "rosa". Qual è, dal suo punto di vista, il contributo, oltre a quello creativo, che le caratteristiche femminili portano alla ricerca scientifica, malgrado un mondo accademico ancora fortemente maschile?**

Oggi siamo al 50%... le donne laureate nell'ambito delle discipline biomediche sono più del 60%. Più raramente riescono ad arrivare a posizioni di direzione (meno di 1 su 10). Questo perché, soprattutto a livello accademico, i meccanismi di arruolamento avvengono ancora per cooptazione di maschi. Nel nostro gruppo aziendale le donne sono molto presenti anche in altri settori perché se ne riconoscono non solo le doti creative, ma anche la dedizione al lavoro, la flessibilità comportamentale e il clima aziendale di cooperazione che le donne riescono ad instaurare. Sono queste capacità che rendono le realtà con prevalenza femminile più proficue al di là delle doti dei singoli

che sono, a mio avviso, indipendenti dal genere.

Nelle aziende i problemi maggiori per le donne sono dovuti alla possibilità di conciliare lavoro e famiglia non solo per quanto riguarda gli impegni, ma anche psicologicamente. Il senso di appartenenza all'azienda e le energie investite nel lavoro possono sottrarre energia al mondo esterno... bisogna saper distribuire bene le proprie risorse e questo non è sempre facile.

**Per lo svolgimento delle vostre ricerche, l'informatica è uno strumento indispensabile, così che si parla di bioinformatica. Illustra ai nostri lettori come l'informatica è al servizio dei ricercatori e quanto è cruciale per affrontare le nuove frontiere di studio?**

L'analisi bioinformatica è importantissima, non solo come strumento di decodifica dei dati di sequenziamento del DNA o dell'RNA, ma soprattutto per costruire modelli che permettano l'interpretazione biologica dei dati stessi, attraverso l'utilizzo di algoritmi e l'interrogazione di database specifici. Questa disciplina va vista quindi non solo come uno strumento necessario di elaborazione, ma anche come una materia che produce nuova conoscenza. I bioinformatici devono possedere competenze molto specifiche che vanno dalla biologia alla programmazione sino alla statistica. Si pensi che una piattaforma come quella che abbiamo scelto, SOLiD, nella versione finale è in grado di sequenziare circa 100 miliardi di basi per corsa. Per poter effettuare efficientemente elaborazioni di una tale quantità di dati, Genomnia si avvale, oltre che delle competenze dei ricercatori interni, anche di un'infrastruttura informatica adeguata.

**Genomnia ha conseguito con TÜV Italia la certificazione ISO 9001. Ci illustra come questa certificazione vi ha permesso di migliorare i vostri processi interni e quelli rivolti verso l'esterno e quali sono stati i feedback da parte del vostro personale e quelli dei vostri stakeholders?**

Il nostro personale ha realizzato subito che, a dispetto di una fase preparatoria molto impegnativa, in cui è stata necessaria la collaborazione di tutti, il tipo di attività svolta da Genomnia necessitava di una struttura organizzativa e di una sistematizzazione del lavoro che partisse dal primo contatto con il cliente sino alla consegna definitiva dei dati. Abbiamo redatto, →

ANNA MOLES

Dopo la laurea in Scienze Biologiche all'Università di Parma, consegue un Dottorato in Biologia Animale all'Università di Firenze. Durante il dottorato trascorre un anno a Birmingham come "teaching fellow" presso la locale università, al termine del quale rientra in Italia per un post dottorato in Epatologia, focalizzato sulla messa a punto di indici di classificazione per la terapia personalizzata nel trattamento delle infezioni da HCV presso l'Università di Modena. Nel 1998 è a Roma come ricercatore all'Istituto di Neuroscienze del CNR sulla modellizzazione di disturbi neuropsichiatrici e sullo studio di nuove molecole per la terapia di questi disturbi. Dal gennaio 2009 è Direttore scientifico di Genomnia. È autrice di oltre 50 pubblicazioni scientifiche apparse sulle principali riviste scientifiche internazionali, tra le quali "Science" e "PNAS".

## contatto

Francesco Scarlata

+39-02-24130.1

+39-02-24130.399

francesco.scarlata@tuv.it

www.tuv.it

per esempio, una serie di schede informative sui nostri servizi che potessero aiutare i clienti ad orientarsi sul tipo di applicazione più utile per i loro progetti e che potesse permettere loro di rivolgersi al nostro personale tecnico con le idee più chiare. Allo stesso modo, abbiamo perfezionato il formato del report finale del servizio erogato attraverso una relazione codificata mediante una struttura definita da Genomnia, in modo tale che i punti critici siano sempre definiti e chiari al cliente. Internamente, invece, siamo ora in grado di monitorare ciascun servizio dal momento in cui il campione viene accettato sino al momento in cui ne terminiamo la lavorazione; in tal modo possiamo fare statistiche sui tempi necessari per ogni applicazione effettuata e sull'utilizzo dei reagenti. Tutto in tempi brevi. Possiamo poi monitorare gli eventuali punti critici del processo per poter eventualmente ricorrere ad azioni correttive.

Grazie alla certificazione ISO 9001 è stato quindi possibile definire regole di organizzazione aziendale condivise e codificate in merito al nostro metodo di lavoro, al fine di rendere riproducibile le nostre modalità operative, definendo nel contempo chiare mansioni per ciascuna risorsa appartenente alla realtà Genomnia. Aver definito delle regole ben strutturate in merito alle modalità di conduzione del processo commerciale, di progettazione, di gestione laboratorio e di gestione della documentazione tecnica applicabile ai nostri servizi ci ha permesso una più chiara condivisione con il cliente dei corretti parametri di servizio da erogare, e nel contempo una più chiara gestione dei nostri processi interni. I nostri stakeholders sono contenti di poter ricevere dei report dettagliati sulle nostre attività in tempo reale.

**Questo numero della nostra rivista è un focus su organizzazioni che, malgrado l'attuale momento congiunturale sfavorevole, guardano al futuro con realistico ottimismo. Per la ricerca, settore in cui Genomnia opera, guardare avanti è obbligatorio: delinea ai lettori della rivista quali sono i prossimi traguardi a cui puntate?**

Siamo consapevoli del fatto che la crisi economica non favorisce lo sviluppo di imprese che si rivolgono in particolare ad un mondo, quello della ricerca, che è particolarmente penalizzato, soprattutto nel nostro paese. Ma noi guardiamo oltre, prima di tutto geograficamente, e poi siamo convinti che proprio nei momenti di crisi bisogna investire molto sulla ricerca e sulle nuove tecnologie; la nostra azienda lo sta già facendo e speriamo che anche la politica possa organizzare un piano di investimenti per la ricerca, almeno nei settori strategici, nella prospettiva di creare occupazione di alto livello e un'industria più competitiva a livello internazionale. Al momento stiamo puntando a costruire partnership con altre aziende e all'ulteriore specializzazione della nostra su applicazioni del sequenziamento particolarmente difficili. Puntiamo sul fatto che alcune delle applicazioni possibili su queste piattaforme stanno già diventando veri e propri strumenti di diagnosi e quindi stiamo lavorando in questa direzione, con l'obiettivo di riuscire ad ottenere, magari in un prossimo futuro, una nuova certificazione come laboratorio di diagnostica genetica. ■



## La certificazione, strumento per lo sviluppo dell'internazionalizzazione e dell'integrazione alimentare: l'esperienza del Consorzio Mozzarella di Bufala Campana DOP



In questo momento storico che vede la globalizzazione dei mercati, la certificazione deve, e può, essere uno strumento di garanzia nell'ambito di culture diverse, obbligate verso percorsi comuni anche nel settore agroalimentare. È da questa convinzione che ha preso spunto il workshop che TÜV Italia ha organizzato a Roma insieme con A.I.A. - Associazione Italiana Allevatori, con l'obiettivo di favorire uno scambio soprattutto di know-how tra paesi ancora distanti culturalmente dall'Europa, con particolare riferimento a quelli dell'Africa e della

fascia Medio Orientale. I relatori dell'evento sono stati rappresentanti del Ministero degli Affari Esteri italiano, delle Ambasciate di numerosi paesi del continente africano ed alcuni di UNIDO ITPO, realtà che nasce dall'accordo tra UNIDO, organizzazione delle Nazioni Unite che favorisce il progresso industriale nei paesi in via di sviluppo e quelli in transizione attraverso la cooperazione internazionale tra le imprese e il Governo Italiano. Gli interventi hanno sottolineato come i cambiamenti in atto in seno all'industria agroalimentare, soprattutto per gli aspetti legati alle certificazioni e alla sicurezza, siano un'opportunità per il settore, non solo relativamente al miglioramento delle tecniche e delle tecnologie, ma anche come strumento di integrazione. In questo ambito si colloca la certificazione HALAL presentata al workshop dal Direttore del Consorzio Mozzarella di Bufala Campana, che ha ricevuto questa certificazione con il contributo, per la parte tecnica, di TÜV Italia. Contatto: roberto.passariello@tuv.it

## TÜV Italia cresce con l'acquisizione di STIMA SYSTEM

Il 30 settembre 2011 è per TÜV Italia una data importante perché è il giorno in cui ha firmato l'accordo di acquisizione di STIMA SYSTEM, azienda genovese leader a livello nazionale con il marchio STIMA nelle perizie veicoli e speciali, nella gestione sinistri, flotte e auto usate, nel mobility management, nella logistica trasporti e nei servizi specialistici dedicati. Questa acquisizione è una conferma della volontà del gruppo TÜV SÜD di voler diventare leader, anche nel nostro paese, in un settore strategico per l'ente come è quello Automotive, e della fiducia nelle capacità di TÜV Italia di raggiungere questo obiettivo. Significative in questo senso le dichiarazioni rilasciate da Andrea Vivi, Amministratore Delegato di TÜV Italia, in occasione della firma dell'accordo: "L'acquisizione è un passo fondamentale nella strategia di mercato del nostro ente, che vuole posizionarsi come punto di riferimento tecnico, permettendoci di soddisfare le richieste provenienti dalle aziende di tutti gli ambiti del settore Mobility. Inoltre, essa è in sinergia ad altre recenti acquisizioni compiute dal gruppo TÜV SÜD a livello internazionale e conferma la fiducia da parte della Casa madre nella possibilità di crescita del nostro ente. L'acquisizione dà a TÜV Italia l'opportunità di sviluppare su tutto il territorio nazionale le attività che già il gruppo TÜV SÜD esercita in Europa e in altri continenti nell'ambito dell'after sales, indirizzato ai dealer e alle reti di vendita delle aziende del settore, oltre che alle compagnie di assicurazione e società di

leasing e di fleet management. Con l'acquisizione da parte di TÜV Italia i clienti di STIMA, in una continuità di rapporti, potranno usufruire di tutti i servizi del nostro ente e contare sulla solidità e la tradizione di una grande organizzazione come è il gruppo TÜV SÜD, presente in tutto il mondo". Alle sue parole si sono aggiunte quelle di Roberto Marino, Amministratore Unico di STIMA SYSTEM per il quale: "Questa scelta, dopo oltre 15 anni di attività, è il riconoscimento per il lavoro svolto sino ad oggi. Con l'acquisizione ci sono state riconosciute competenza, serietà, efficienza, dinamismo e flessibilità, qualità che hanno portato STIMA ad essere la prima rete italiana di Periti Assicurativi iscritti al Ruolo ISVAP, capace di raggiungere ogni provincia del paese in 24 ore. Per i clienti STIMA l'acquisizione rappresenta l'opportunità di un più facile accesso in Europa e di poter usufruire di tutti i servizi tecnici di TÜV Italia."

Da un punto di vista operativo le attività di STIMA, che mantiene invariata la sua struttura, i suoi uffici e i suoi contatti, confluiscono nella nuova Divisione Mobility sotto la direzione di Bruno Paonessa, che abbiamo presentato nello scorso numero della rivista, affiancato come Business Development Manager da Roberto Marino, ai quali la rivista rinnova gli auguri di buon lavoro.

Contatto: bruno.paonessa@tuv.it

Andrea Vivi (a destra), Amministratore Delegato di TÜV Italia, con Peter Marino (al centro) e Roberto Marino (a sinistra), Amministratore Unico di STIMA SYSTEM.



## Seminario: “La pre-compliance EMC: misure e simulazioni. Ottimizzazione di tempi e costi nella fase di sviluppo prodotto”

Progettisti e responsabili sviluppo prodotti si sono dati appuntamento a questo seminario tecnico, che ha visto un'edizione a Sesto S. Giovanni (MI) il 1° luglio e una seconda a Bologna in ottobre, in considerazione del successo della prima, perché entrambe queste figure professionali sono conscie del fatto che eventuali modifiche a prototipi in avanzato stato di progetto, dovute al mancato superamento delle prove, sono causa di perdite di tempo e di costi per le loro aziende. Ma questi rischi possono essere aggirati grazie ad approcci e a metodologie che, insieme ai test, forniscono ai

produttori soluzioni migliorative ai prodotti ancora nella loro fase di sviluppo. È proprio di questo approccio che si è occupato questo seminario dove sono state illustrate dai tecnici di laboratorio di TÜV Italia, con il supporto di alcuni partner, metodologie e tecniche messe a punto per superare gli ostacoli che possono presentarsi durante la fase iniziale di vita di un prodotto. Particolare rilievo è stato dato a tre aspetti che concorrono ad un brillante esito della fase di sviluppo di un prodotto: le misure di pre-compliance, le simulazioni, le soluzioni tecnologiche.

Questi aspetti si concretizzano, rispettivamente, in un sottoinsieme di prove e misure EMC, a cui i tecnici dell'ente sottopongono i prodotti nella fase di sviluppo per migliorarne tempi e costi di certificazione, nella simulazione EMI e signal integrity, ed infine nella ricerca di soluzioni tecnologiche per la soppressione dei disturbi e per la mitigazione di problematiche EMI. Durante gli incontri è stata fornita, inoltre, una panoramica completa dei principi e degli strumenti per la soluzione efficiente degli aspetti relativi all'EMC. Contatto: nicola.berruti@tuv.it



### Avvicendamento alla direzione dei laboratori di Scarmagno

Nicola Berruti, il nuovo direttore, matura le sue competenze nella certificazione internazionale di prodotto fin dal 2001, nell'ambito del settore commerciale di un noto istituto di prove italiano, che lascia nel 2008 per assumere la carica di Responsabile Divisione Prodotto di un prestigioso ente internazionale di certificazione, leader a livello mondiale.

Entra in TÜV Italia con l'obiettivo di incrementare la dinamicità del business attraverso un approccio attento al mercato e alla soddisfazione del cliente, per essere riconosciuto come partner e punto di riferimento tecnico.

A Nicola gli auguri per un buon lavoro da parte della rivista. Contatto: nicola.berruti@tuv.it

## “Qualità, sicurezza, etica: le carte vincenti nell'abbigliamento bambino”

Di questo si è parlato in un seminario promosso lo scorso giugno da TÜV Italia a Soave, in provincia di Verona, che ha visto la partecipazione di relatori appartenenti ad importanti aziende italiane del comparto tessile e abbigliamento. Partendo dalla convinzione che “I semi di oggi sono i fiori di domani” i prodotti destinati all'infanzia devono essere oggetto, più di altri, di cura ed attenzione, sia da parte dei produttori nelle fasi di progettazione e realizzazione, sia dei distributori prima dell'immissione sul mercato, ma anche delle autorità che ne devono verificare la conformità a leggi e regolamenti applicabili, e naturalmente dei genitori, responsabili d'acquisto sempre più sensibili ed attenti al benessere dei loro figli. L'incontro, che ha visto la partecipazione, nell'accogliente struttura della cantina di Soave, di responsabili tecnici e qualità di aziende produttrici e distributrici del settore abbigliamento, ha voluto sensibilizzare gli addetti ai lavori nella necessità di mettere in atto adeguate e continuative azioni per garantire la

qualità, la sicurezza e la sostenibilità di questi prodotti, partendo dalle fasi iniziali del processo produttivo fino a quello finale della distribuzione. Sono intervenuti, per presentare le buone pratiche attuate nelle loro rispettive realtà aziendali, il Responsabile Ricerca & Sviluppo del gruppo Benetton e presidente della Commissione UNI per il Tessile & Abbigliamento, il Responsabile Assicurazione & Controllo Qualità del gruppo Coin ed il presidente di Miniconf, produttore specializzato nell'abbigliamento bambino. In questa occasione TÜV Italia, oltre a presentare i suoi servizi indirizzati al settore, ha ribadito come dal suo punto di vista il concetto di qualità comprende anche la sicurezza e l'etica, e quanto siano fondamentali per il settore dell'abbigliamento infantile la sicurezza e la conformità dei capi alle direttive cogenti, la qualità – con un giusto rapporto di prezzo – oltre al corretto agire da parte dei produttori dal punto di vista della responsabilità sociale. Contatto: raffaella.santoro@tuv.it



# Iarp, l'innovazione al servizio della conservazione... dei cibi

Tecnologia italiana, design e coinvolgimento del personale nel miglioramento organizzativo. È il biglietto da visita di un'azienda che ha saputo espandersi in Europa e sui mercati asiatici. Intervista al Direttore commerciale Italia Maurizio Giovenzana.

**I**arp inizia la sua attività di produttore di refrigeratori industriali e commerciali circa 30 anni fa a Casale Monferrato, tradizionalmente polo produttivo per questo settore industriale. Quali sono state le scelte più significative fatte dal management che hanno portato l'azienda a diventare leader nel suo mercato di riferimento?

Nel corso degli anni sono stati individuati alcuni aspetti organizzativi che hanno permesso all'azienda di crescere, per esempio l'orientamento al cliente, le cui aspettative sono state e sono stimolo all'azione, soprattutto per quei clienti che per vocazione innovano costantemente le business strategies, come i grandi gruppi internazionali del beverage e dell'ice-cream. La ricerca del miglioramento continuo è realizzato mediante un

monitoraggio sistematico della struttura e delle prestazioni di processo, tra cui la continua attenzione agli investimenti destinati alla realizzazione di nuovi prodotti ad elevata personalizzazione e con tecnologie “verdi”. Il coinvolgimento del personale è un “must” per IARP, ottenuto grazie a specifiche iniziative attraverso le quali i dipendenti sono informati sul concatenarsi degli eventi e delle scelte aziendali, dal quale deriva una maggiore garanzia che gli interventi di miglioramento abbiano successo.

Tutto questo ha permesso di effettuare scelte che si sono poi rivelate strategiche per l'azienda, come quella di essere presenti al di fuori dei confini nazionali: a Lione dal 1998 con IARP France, azienda esclusivamente commerciale, che ha permesso di migliorare la copertura del mercato francese e di offrire servizi post-vendita e di assistenza tecnica e in →



Thailandia, con un'azienda nata per produrre localmente e soddisfare l'enorme potenzialità rappresentata dal Sud-Est asiatico.

**Per descrivere ai nostri lettori le caratteristiche della vostra produzione possiamo utilizzare il vostro claim pubblicitario "cool, stylish, italian". Iniziando da "cool", quali sono gli aspetti tecnici dei vostri prodotti che li rendono performanti e apprezzati dai grandi brand internazionali vostri clienti?**

I prodotti IARP possono considerarsi "cool" già partendo dai materiali eco-compatibili impiegati per la loro produzione, passando per le tecnologie d'avanguardia utilizzate e la loro realizzazione, italiana al 100%.

Come ambasciatore del design italiano nel mondo, IARP pone grande impegno sull'aspetto estetico dei suoi prodotti, reso ancor più performante con l'impiego di serigrafie, loghi ed immagini stampati sulle lamiera, che trasformano il semplice refrigeratore in un vero e proprio spazio pubblicitario. La particolare personalizzazione del prodotto costituisce senz'altro un'arma vincente e consente di creare prodotti su misura per ogni singolo cliente.

**"Stylish" e "Italian" sono altri due valori che vi connotano. Come si esprime nei vostri prodotti quell'Italian Style che ha fatto e fa la differenza tra il nostro modo di concepire e realizzare i prodotti rispetto a quelli della concorrenza, magari straniera?**

L'empowerment con i clienti rende l'azienda capace di un'integrazione culturale con loro per condividere ed affrontare insieme scelte che risultano sempre più differenziate. L'approccio basato sull'empowerment permette di trattare i clienti in maniera flessibile, spontanea, pronta a risolvere i problemi, che ciascuno di loro tende a percepire come unici, ed aumenta la possibilità del cliente di controllare attivamente la creazione dei prodotti. A questo approccio si associa la costante e continua ricerca di innovazione e funzionalità, il gusto "Made in Italy" nel design, ma soprattutto la creazione di linee estetiche esclusive e sofisticate che mantengono alto il livello qualitativo della nostra produzione.

**I vostri refrigeratori commerciali sono destinati a conservare prodotti, come gelati e bevande, di**

**importanti marche nazionali ed internazionali, il cui brand è regolato dalle rigide regole del corporate. Attraverso quali processi trasformate un refrigeratore in un mezzo di comunicazione di prodotto che attira l'attenzione del consumatore, salvaguardando le regole di utilizzo del marchio imposte dai vostri clienti?**

Per rispondere alla domanda occorre fare alcune premesse. Tutti gli alimenti si alterano attraverso un naturale processo di invecchiamento, il deterioramento: la conservazione dei prodotti quindi è legata al mantenimento da parte dell'alimento stesso delle caratteristiche proprie di qualità igienico-sanitaria, commerciale e organolettica. La tecnologia industriale gioca un ruolo importante nella protezione degli alimenti dal deterioramento: le tecniche di conservazione impediscono o rallentano l'instaurarsi di processi alterativi di diversa natura e risponde alle attuali richieste del mercato che si orientano verso alimenti pronti, considerando la scarsa disponibilità di tempo per la preparazione dei cibi.

Uno dei principali metodi di conservazione è l'utilizzo delle basse temperature che svolgono la loro azione attraverso un progressivo rallentamento (refrigerazione), fino ad un blocco



totale (congelamento, surgelazione), dell'attività di tutti gli enzimi presenti in un alimento, sia di

quelli propri, sia, soprattutto, degli enzimi prodotti dai microrganismi, e quindi batteri, lieviti e muffe che vengono messi in condizioni non più adatte per moltiplicarsi. Occorre sottolineare che il freddo non è un processo sterilizzante, esso si limita a mettere in uno stato di quiescenza i microrganismi e si mantiene fino a quando il prodotto è mantenuto in quelle particolari condizioni di bassa temperatura (D.P.R. 327/80 allegato C, art. 31). La tecnologia del freddo può essere applicata, considerando tempi e temperatura, con un approccio preciso e diversificato, e su queste basi si distinguono la refrigerazione, il congelamento e la surgelazione.

La refrigerazione (0°C - 4°C) è il metodo più diffuso per conservare per un breve periodo di tempo ogni tipo di alimento deperibile e il metodo consente il mantenimento delle caratteristiche organolettiche e di quelle igienico-sanitarie di partenza (temperature differenti a seconda dell'alimento, D.P.R. 327/80 allegato C e art. 31 D.P.R. 327/80). Il rallentamento del metabolismo cellulare è esclusivamente dovuto alla diminuzione della temperatura. Allo stato refrigerato le cellule microbiche restano in vita mentre il loro metabolismo viene rallentato e si ha l'arresto quasi totale della replicazione dei patogeni mesofili.

Il congelamento è un metodo diffuso per garantire una conservazione del prodotto molto prolungata (D.P.R. 327/80 allegato C). Il congelamento, come la surgelazione, non esercita un'azione battericida, ma impedisce esclusivamente lo sviluppo dei microrganismi provocando il blocco di tutte le reazioni metaboliche.

La surgelazione si differenzia dal congelamento per le modalità di applicazione del freddo: in meno di 4 ore si raggiunge una temperatura al cuore del prodotto di -18°C, mantenuta ininterrottamente fino alla distribuzione finale, e dalla regolamentazioni di leggi specifiche (D.Lgs 110/92). Questo sistema mantiene significativamente il valore nutritivo ed i caratteri organolettici dei prodotti naturali (D.P.R. 327/80 allegato C).

Sia nel congelamento che nella surgelazione vi è un'inibizione delle attività microbiche ed enzimatiche dovuta anche alla sottrazione di acqua nell'alimento, che passa allo stato solido.

La refrigerazione commerciale, in cui IARP si colloca, è

quel settore tecnologico che si occupa degli aspetti concernenti la conservazione degli alimenti destinati al consumo umano mediante l'utilizzo delle basse temperature, che si realizza attraverso la catena del freddo, dove gli alimenti vengono conservati a partire dalla produzione negli stabilimenti, al successivo stoccaggio, al trasporto, alla distribuzione, fino alla vendita al dettaglio. IARP fonda il suo core business prevalentemente sull'ultimo anello della catena precedentemente descritta, la surgelazione, che riguarda appunto la conservazione degli alimenti nei punti vendita. Gli apparecchi frigoriferi destinati a questo scopo devono essere progettati tenendo conto di alcune specifiche tecniche basilari, fra le quali:

- visibilità del prodotto conservato;
- tipologia del prodotto conservato;
- tipologia di utilizzo del frigorifero;
- temperature ambientali di utilizzo;
- pronto all'uso (come un elettrodomestico);
- ridotta manutenzione;
- ridotto consumo energetico.

Un team di super-specialisti, cresciuto all'interno dell'azienda, è in grado di coniugare il design con i vari aspetti progettuali richiesti, dando vita a prodotti unici nel loro genere.

IARP tende ad essere un'organizzazione snella, dotata di grande imprenditorialità e con personale competente, motivato ed autonomo, in grado di analizzare le richieste dei clienti, anche quelle non dichiarate, e di declinare nello stile italiano i desideri o le necessità, di personalizzare l'output con un risultato - riteniamo - di elevata qualità, oltre a garantire quelle attività per migliorare la commercializzazione dei prodotti. →



**MAURIZIO GIOVENZANA**

Terminati gli studi tecnici, inizia la carriera lavorativa presso una azienda del freddo di Casale Monferrato come Responsabile del Servizio Tecnico. Nel 1996 inizia a collaborare con IARP, dapprima come tecnico commerciale per il mercato italiano e dopo qualche anno, nel 1998, assume la responsabilità dello start-up di IARP

France, che dura circa un anno. Dal 1999 è Direttore Commerciale Vendite Italia, ruolo che ricopre ancora oggi.

Il 40% della vostra produzione è destinata al mercato nazionale, il restante all'export, che seguite anche attraverso le vostre filiali in Europa ed in Oriente, investimenti che si aggiungono a quelli fatti in Italia come la nuova sede, i nuovi laboratori, nuovo personale, indicatori questi di una visione positiva sull'andamento del vostro business. Illustra ai nostri lettori le prospettive di mercato e le strategie che ritenete più efficaci per incrementare la vostra presenza su quello domestico e internazionale?



Oltre allo stabilimento principale presso la sede centrale di Casale Monferrato, IARP ha una sede in Francia, che si occupa prevalentemente di trading, ed un nuovo stabilimento produttivo situato in Thailandia.

Quest'ultimo è stato acquistato a fine 2009 ed è stato oggetto di grandi trasformazioni: dall'iniziale capannone di 4.000 MQ, siamo passati all'attuale superficie produttiva che supera i 14.000 MQ. L'importante investimento è stato effettuato per poter essere presenti direttamente e servire l'intera area del Sud Est asiatico e della vicina Oceania.

La Thailandia infatti, oltre ad avere un'ottima posizione logistica, è uno dei paesi strategici dell'area facendo parte dell'ASEAN, un'organizzazione politico/economica che raggruppa paesi della regione, con lo scopo di promuovere la cooperazione economica fra i paesi membri, l'assistenza reciproca e la stabilità. Questo accordo, analogamente al Mercato Comune Europeo, permette il libero scambio di merci fra i vari paesi che ne fanno parte, senza l'obbligo di dover pagare i dazi d'importazione. In un momento di crisi generale, soprattutto del mondo occidentale, questa regione del Sud Est asiatico rappresenta un'isola felice, con un enorme potenziale di sviluppo nel breve e medio periodo. Il clima particolarmente favorevole per l'utilizzo di frigoriferi commerciali, associato alla tipologia di negozi aperti 24h, 7giorni su 7, favorisce la richiesta della nostra tipologia di prodotto.

Le strategie che riteniamo indispensabili per continuare a mantenere i nostri abituali livelli di efficacia ed efficienza sono: la programmazione delle attività nell'arco del tempo al fine di massimizzare l'efficienza aziendale, migliorare il più possibile

anche quei servizi periferici che accrescono il livello di gradimento dei clienti e rendono realmente globale il servizio erogato, contribuire al coinvolgimento della clientela in base alle politiche aziendali e garantire una adeguata comunicazione.

**Alcuni vostri prodotti hanno conseguito la certificazione CB con TÜV Italia, certificazione che consente la loro commercializzazione su molti mercati mondiali, ed altri anche la certificazione TÜV SÜD-GS. Perché la scelta del nostro ente per queste certificazioni e quali ritenete essere i valori che i mercati internazionali riconoscono al nostro marchio?**

La scelta che ci ha spinto verso TÜV Italia ha più motivazioni che prendono in considerazione diversi aspetti: livello del servizio, capacità del personale ad un approccio costruttivo nello svolgimento delle attività, confronto dialettico durante le attività di prova, aspetto che snellisce il processo produttivo, capacità dei tecnici dell'ente di interfacciarsi con il cliente, atteggiamento che facilita lo sviluppo in modo agile del prodotto finale, senza comprometterne la sicurezza e la qualità. Ultima motivazione, ma non secondaria, la riconoscibilità del brand a livello nazionale ed internazionale, un valore aggiunto per la qualità finale del prodotto. ■

## La carta non morirà: sparirà solo quella inutile

I 130 anni di STCC in gran parte coincidono con la storia d'Italia. Ha vissuto tante trasformazioni, dalla semplice tipografia alla gestione di informazioni nell'era digitale. Stampa per le istituzioni e la clientela commerciale, ma non ha smesso di credere nel futuro: parola di Giovanni Battista Colombo, AD dell'azienda.

**L**a mission e la storia della sua azienda, la STCC, Gruppo Colombo, è ben sintetizzata in questa frase presente su una vostra brochure: *"La stampa è la nostra storia, il presente ed il futuro. La STCC nasce 130 anni fa come (...)"*. La sua azienda ha accompagnato quasi per intero la storia unitaria del nostro paese: racconta ai lettori della rivista le tappe più importanti di questo percorso fatto di scelte imprenditoriali che

s'incrociano con l'evoluzione degli strumenti tecnologici?

Abbiamo 20 anni meno del nostro Paese e quest'anno, in più di un'occasione, ci è capitato di riflettere sul ruolo che la nostra azienda ha avuto durante questo lungo periodo.

A quasi sessant'anni di età posso dire di aver avuto la fortuna e l'onore di proseguire in quel cammino imprenditoriale iniziato dal mio bisnonno, nominato Cavaliere del lavoro oltre cent'anni →

### contatto

Nicola Berruti

+39-0125-636911

+39-0125-636999

nicola.berruti@tuv.it

www.tuv.it





fa e proseguito da mio nonno e mio padre e, come facile intuire, lungo questo percorso ci sono stati molti momenti di svolta e di trasformazioni produttive.

Personalmente ho affrontato insieme a mio zio, presidente della società, la grande transizione verso il mondo della stampa digitale e dell'informatizzazione dei processi produttivi. Non è stato facile, ad esempio, prendere la decisione di convertire integralmente uno dei due stabilimenti produttivi dal sistema di stampa offset a quello digitale. Innovare non vuol dire solo capacità di investire ma anche sensibilità verso le esigenze del proprio mercato di riferimento, attenzione all'offerta tecnologica in continua evoluzione e responsabilità nei confronti della propria organizzazione ed all'impatto che la trasformazione tecnica può avere sul patrimonio umano dell'azienda. Oggi possiamo affermare, come riportato nel sito, che la stampa è il nostro passato, il nostro presente e siamo davvero convinti che sia il nostro futuro.

**Responsabilità sociale ed etica sono due impegni solidi ed antichi per STCC partendo dal fondatore Carlo Colombo, che già a fine '800 istituì per i 300 dipendenti una Cassa di previdenza pagando di tasca propria l'iscrizione e la prima annualità. Come questo impegno viene coltivato oggi dalla direzione dell'azienda e come il personale risponde a tale impegno ?**

Siamo certamente un'azienda familiare. Per noi questo ha un duplice significato: da un lato vuol dire che la proprietà e conduzione della società è della famiglia Colombo, dall'altro significa anche che molte generazioni di dipendenti hanno lavorato per noi: prima i padri e poi i figli, non per nepotismo ma per passione che si trasmette da una generazione a quella successiva, segno evidente che si è creato un equilibrio fatto di rispetto e impegno da ambedue le parti, così forte da

volarlo far proseguire anche nella generazione successiva. Oggi come cento anni fa, perché un'azienda come la nostra possa avere successo nell'attività quotidiana è necessario, tra le altre cose, che si istituisca un clima di fiducia e collaborazione tra la direzione ed il personale. Uno dei rischi della trasformazione a cui accennavo nella risposta precedente era che i dipendenti con una maggiore anzianità lavorativa, e quindi magari una minor predisposizione al cambiamento, rimanessero tagliati fuori. Negli anni abbiamo sempre creduto nell'imprescindibile valore della formazione, tanto più quando si è trattato di affrontare un cambiamento così radicale. Ecco, io ritengo che, in un'azienda delle nostre dimensioni, che decide di seguire e qualche volta anticipare l'innovazione, tra la proprietà ed il proprio personale debba istituirsi una sorta di "patto non scritto" per cui si sappia che l'azienda si aspetta da tutti buona volontà ed in cambio non lascerà indietro nessuno. Per far questo è fondamentale mantenere costante e produttivo il dialogo con tutti gli stakeholder ed in particolare con le forze sindacali

**Questo numero della rivista presenta delle storie imprenditoriali che sanno guardare avanti, malgrado l'attuale non facile situazione di mercato. Nei suoi 130 anni di vita STCC ha dovuto affrontare altri momenti come questo: quali sono state le strategie messe in atto in passato per continuare a crescere nell'attività, quali quelle su cui puntate oggi?**

La situazione attuale è complessa e di difficile lettura, sia a livello macroeconomico che per quel che riguarda il nostro settore. Non ci sono forse mai state, tantomeno ci sono oggi, ricette già pronte per continuare a crescere. Direi che la nostra azienda sta dimostrando una buona capacità di adattamento al continuo evolvere del progresso tecnologico. Come già detto cerchiamo di valorizzare al meglio le risorse umane coinvolte in azienda, non solo cercando di non disperdere conoscenza ed esperienza, ma anche inserendo giovani, che in quanto tali sono portatori di novità e più affini

alle moderne tecnologie. Mi capita di fermarmi a riflettere sul fatto che nella mia vita lavorativa ho assistito ad una rivoluzione produttiva più che ad un semplice cambiamento: dalla composizione a piombo, alla fine degli anni '70, oggi siamo arrivati alla stampa digitale e guardando avanti vedo nuove tecnologie di stampa e nuovi media con cui confrontarsi.

**Valorizzare le proprie capacità, misurarsi con un mercato che cambia, innovare per conquistare nuove fasce di clienti: una ricetta che STCC ha certamente saputo applicare ed oggi, accanto a importanti e storici clienti istituzionali come la Camera dei Deputati ed altri privati di respiro internazionale, l'azienda guarda alle PMI italiane. Quali le differenze ed i punti di contatto nelle richieste di questi due target e come STCC lavora per soddisfare entrambi?**

STCC oggi è un piccolo gruppo, ma dietro questa parola c'è per noi una strategia molto precisa. Personalmente penso che in questi anni il mercato non sia più generalista ma sia diventato, come in molti altri settori, iperspecializzato. È per questa ragione che nel 2008 abbiamo preso la decisione di scindere l'azienda in due organizzazioni produttive distinte: una dedicata alla Camera dei Deputati e l'altra orientata alla clientela commerciale. Due aziende distinte ma unite da un minimo comun denominatore: l'innovazione. L'esperienza con il mercato americano, maturata all'inizio degli anni 2000, con una giovane azienda di stampa della Silicon Valley, ci ha permesso di imparare un nuovo approccio al nostro settore, di confrontarci con le grandi corporation *dot com*, ed oggi cerchiamo di riproporre anche al mercato italiano quel tipo di modello. Fino a qualche anno fa la propensione al cambiamento dei nostri clienti era decisamente scarsa, poi la crisi ha costretto tutti a ripensare ai propri modelli e allora si è aperta per noi l'opportunità di proporci in modo diverso. Il nostro obiettivo è far stampare al nostro cliente solo ciò che è realmente utile, aiutarlo, dove possibile, a scegliere il miglior compromesso tra qualità e costi, ripensando con lui anche parte dei processi.

**Dal 1994 STCC è certificata ISO 9001, a cui negli anni si sono aggiunte le certificazioni ISO 14001, OHSAS 18001 e la ISO 27001, oggi tutte rilasciate da TÜV Italia: come l'integrazione dei Sistemi di Gestione vi ha supportato nella gestione dei processi**

**e dei cambiamenti che hanno caratterizzato la storia recente di STCC?**

Il Sistema di Gestione integrato qualità, ambiente, sicurezza dei lavoratori e sicurezza delle informazioni ha giocato un ruolo fondamentale nei processi di cambiamento a cui accennavo in precedenza. Se si vuole fare innovazione in azienda, sia essa grande o piccola, non basta investire in tecnologie e risorse umane, serve anche il collante ed il coordinamento. È importante che tutti siano consapevoli di giocare in una squadra in cui esistono regole chiare e condivise e dove ogni innovazione, anche la più piccola, venga misurata in relazione ai macro processi aziendali per esser certi di evitare quel che il vecchio adagio raccomandava *"per star meglio, qui giaccio!"*.

**STCC è stata la prima azienda in Italia, del suo settore, a conseguire la certificazione accreditata ISO 27001 del Sistema di Gestione della sicurezza delle informazioni. Illustra ai nostri lettori come questa certificazione vi permette di mantenere alto lo standard qualitativo del vostro prodotto/servizio?**

Ad un certo punto della nostra storia recente è stato evidente a me ed a tutti noi che da "tipografia" ci eravamo trasformati in una vera e propria azienda che gestisce informazioni. Il nostro output principale continua ad essere cartaceo a cui però se ne sono aggiunti altri nel corso degli ultimi anni. Inoltre la crescita esponenziale dell'infrastruttura informatica in azienda ha reso necessario capire come →



## contatto

Elisabeth Sacco

+39-06-3269091 

+39-06-32690999 

elisabeth.sacco@tuv.it 

www.tuv.it 

GIOVANNI BATTISTA COLOMBO

Dopo la laurea in economia alla Sapienza e l'esperienza come Ufficiale di Complemento della Guardia di Finanza, segue corsi di gestione finanziaria e strategica della SDA Bocconi e, dopo un breve periodo di "apprendistato" presso uno studio di commercialisti, nel 1978 entra nell'azienda di famiglia, all'interno della quale matura un'ampia esperienza professionale nei vari settori e, parallelamente, assume ruoli di sempre maggiore responsabilità. È nominato Dirigente, successivamente Direttore Generale e, nel 1995, Amministratore Delegato. Attento e sensibile all'ottimizzazione della gestione dell'organizzazione, promuove il percorso per l'ottenimento, nel 1996, della certificazione ISO 9001 alla quale negli anni si aggiungono quella ambientale, la certificazione OHSAS 18001 e ultima, ma solo in ordine di tempo, la certificazione ISO 27001. Oltre all'impegno in azienda ha sempre coltivato quello nelle associazioni di rappresentanza, e nel giugno 2011 è eletto presidente di Assografici. Dal 1996 è Commendatore al Merito della Repubblica Italiana.



venivano gestiti i dati e quali erano le vulnerabilità a cui eravamo esposti e quindi a cui esponevamo i nostri clienti. Da queste valutazioni iniziali è partita la decisione di tutelare nel migliore dei modi i nostri clienti a cui l'informazione appartiene e quindi certificare ISO 27001 la STCC.

**Imprenditore, per certi versi anche "civil servant" considerando il lungo rapporto di STCC con le massime istituzioni nazionali, e dal luglio di quest'anno anche Presidente di Assografici. Dalla sua posizione privilegiata quale futuro vede per il settore grafico, che in pochi anni è passato dalla carta ai nuovi media, che hanno di fatto dematerializzato il prodotto?**

Ho sempre considerato il ruolo dell'Azienda e mio personale nel rapporto di lavoro con la Camera dei Deputati più che una semplice relazione tra cliente e fornitore. L'impegno profuso da ognuno di noi nel fare al meglio il nostro lavoro trova giustificato motivo nella consapevolezza che la nostra azienda è un piccolo ingranaggio del grande

meccanismo di funzionamento del nostro Paese.

Per quanto invece attiene alla recente nomina a presidente di Assografici è stato per me un grande onore accettare l'incarico che mi è stato proposto. Il nostro settore attraversa una crisi duplice: la prima è quella condivisa da tutti, economica e mondiale, la seconda è invece collegata all'utilizzo della carta. La domanda che più spesso mi viene rivolta è se sopravviverà all'avvento dei nuovi media o soccomberà come hanno fatto i CD con la musica digitale. La mia risposta oggi è che sparirà la carta inutile, la carta che più facilmente è aggredibile da un computer o da un e-reader. Non credo però che siamo pronti a sostituire integralmente la lettura di un libro stampato con uno digitale. Infine penso che interrogarsi in continuazione su questa domanda sia già parte della risposta. Mi spiego meglio: credo che sperare che il digitale ci passi accanto senza investirci o che investendoci ci lasci tramortiti ma non morti sia un atteggiamento perdente. Possiamo e dobbiamo confrontarci con i nuovi media ridisegnando così un ruolo per le nostre aziende grafiche, allo stesso tempo sono certo che la carta non morirà ancora per molti decenni. ■

# Specializzazione e qualità, la via bolognese alla crescita

In otto anni di pubblicazione, TÜV Journal ha ospitato il punto di vista di oltre un centinaio di aziende italiane appartenenti a diversi settori industriali e dei servizi, che hanno fornito una fotografia di obiettivi, strategie e scelte territoriali, messe in atto per essere sui mercati e competere. Raramente abbiamo ospitato le considerazioni di associazioni di categoria che hanno un approccio allargato alle problematiche e un punto di visuale ampio e privilegiato. In questo numero abbiamo scelto di incontrare il Presidente e il Direttore Generale di Unindustria Bologna, che per il loro ruolo hanno il polso della situazione riferita ad una realtà importante e variegata.

## Intervista ad Alberto Vacchi Presidente Unindustria Bologna

**Presidente Vacchi, prima di addentrarci in argomenti specifici, può fornirci i dati più significativi per comprendere cosa rappresenta Unindustria Bologna nel panorama confindustriale nazionale?**

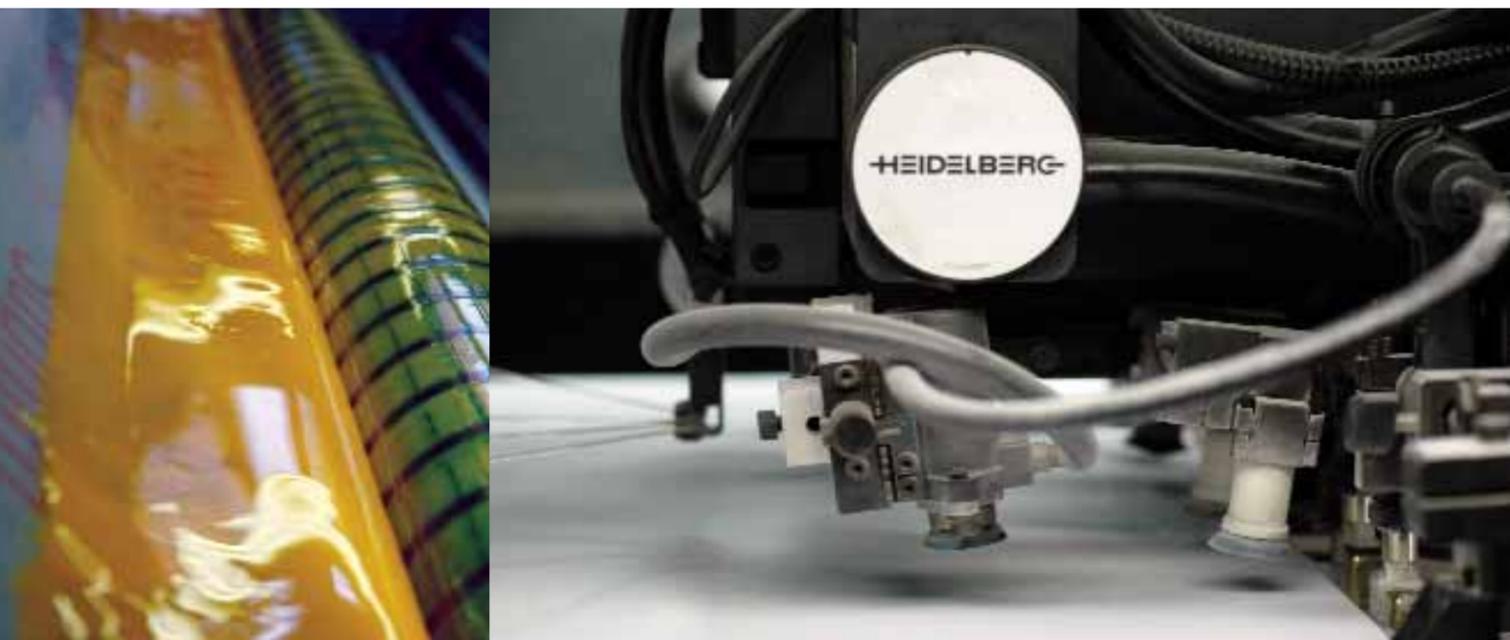
Unindustria Bologna, con i suoi oltre 2.000 imprenditori associati, rappresenta oggi una delle principali associazioni territoriali all'interno del sistema Confindustria. Ne è prova il fatto che imprenditori bolognesi sono presenti con ruoli di rappresentanza ai vertici degli organi direttivi di Confindustria nazionale e del suo Comitato Piccola Industria, un riconoscimento questo al protagonismo e al ruolo dell'associazione bolognese, che rappresenta una moltitudine di aziende di diversi settori e dimensioni, dove le piccole e piccolissime, tuttavia rivestono un ruolo fondamentale per l'esistenza dell'intero tessuto manifatturiero del territorio.

**La sua presidenza inizia in un momento economico di forte tensione e incertezza a livello nazionale ed internazionale, con ripercussioni anche su un territorio economicamente prospero come quello emiliano. Quali sono, dal suo punto di vista, le priorità che le aziende devono darsi per reagire ad una situazione che da contingente sembra destinata a procrastinarsi nel tempo?**

La crisi che stiamo vivendo è indubbiamente senza precedenti, sia per la durata che per la sua natura strutturale.

È arrivata impreveduta dopo 15 anni di costante crescita e, partendo dalla finanza, ha travolto l'economia reale. È un evento di proporzioni eccezionali, ma è anche vero che dovremo sempre più abituarci al fatto che le crisi sono ormai cicliche e ravvicinate e bisogna essere attrezzati, in modo permanente, a confrontarsi con nuovi scenari in cui crescono nuovi mercati e nuovi attori competitivi. In questo quadro, un'azione volta a far crescere le imprese del territorio non può prescindere da pochi importanti punti: la centralità dell'impresa manifatturiera e del suo modello di filiera, per fare del nostro sistema locale una piattaforma produttiva connessa con il mondo; l'importanza dei giovani e del mondo del lavoro, per farli uscire dalle secche della precarietà, ma anche per dare continuità alle nostre imprese, che hanno costruito il loro successo sulla specializzazione di risorse umane preparate e formate alla cultura tecnica; l'importanza dell'innovazione, a tutti i livelli, e della ricerca; e infine, per quanto riguarda il sistema locale e il contesto in cui le aziende operano, la messa a punto di un metodo di lavoro che identifichi pochi grandi progetti possibilmente condivisi, capaci di accrescere la competitività e l'attrattività del nostro territorio a partire dal riconoscimento della centralità di Bologna.

**Imprese e territorio: nel suo discorso di insediamento a capo di Unindustria lo scorso giugno, tra le priorità del suo mandato ha inserito l'impegno per una migliore sinergia tra cultura delle imprese, per quanto riguarda Bologna prioritariamente quella manifatturiera, ed il territorio, che in passato ha prodotto il modello bolognese/emiliano, un'eccellenza nel panorama →**





ALBERTO VACCHI

Laureato in Giurisprudenza, dal 1996 ricopre l'incarico di Amministratore Delegato di IMA, l'azienda di famiglia.

Nel 2007 viene nominato Presidente del Consiglio di Amministrazione, dove rappresenta la continuità dell'impegno della Famiglia Vacchi, socio di riferimento, per l'affermazione di IMA SpA nei mercati mondiali. L'azienda, che ha sede a Ozzano dell'Emilia (BO), ha raggiunto nel 2010 un fatturato consolidato di 505 milioni di euro, prodotto da un gruppo di 16 società con oltre 3000 addetti. L'azienda è quotata alla Borsa di Milano dal 1995 ed oggi è uno dei leader mondiali nel settore del packaging.

Parallelamente all'impegno in azienda ha svolto un ruolo significativo nella commissione lavori per la fusione tra Confindustria Bologna e Api Bologna e dalla nascita, nel 2007, di Unindustria Bologna ha fatto parte del Comitato di Presidenza dell'Associazione, e nel biennio 2009-2011, ha ricoperto, sempre come componente del Comitato di Presidenza, la delega al Credito e alle Politiche Fiscali. All'interno di Unindustria Bologna ha lavorato per dare un forte sostegno all'industria manifatturiera ed alla collaborazione tra settori complementari,

indirizzando il suo impegno, in particolare, al progetto di rivitalizzazione del distretto meccanico ed ai patti di filiera, cercando di sostenere nei momenti economicamente più difficili, anche direttamente attraverso l'attività del Gruppo da lui guidato, il distretto della subfornitura. Il 7 giugno 2011 è eletto Presidente di Unindustria Bologna.

Alberto Vacchi fa parte della Giunta Nazionale di Confindustria e di quella di Confindustria Emilia-Romagna, oltre ad essere Vice Presidente di Bologna Fiere.

**economico italiano. Attraverso quali interventi ritiene si possa, oggi, riproporre questa rete sicuramente vincente e questo modello è, a suo giudizio, esportabile in altre aree del nostro paese?**

In generale penso che ogni modello territoriale abbia sue specificità, il che non esclude che schemi e metodologie originati in altro contesto possano trovare fertile ed efficace accoglienza. Credo che il rilancio del nostro modello di eccellenza passi attraverso la possibilità di dare vita ad un nuovo patto sociale, al quale è legata la crescita delle imprese e il benessere di tutta la comunità. È importante avviare un confronto con tutti gli attori del territorio (istituzioni, mondo bancario, associazioni di categoria, sindacati) per riuscire a costruire un percorso che porti a una rinnovata competitività, capace di rafforzarci proiettandoci nel mondo, ma mantenendo in loco solide basi produttive. Posizione geografica e una radicata cultura manifatturiera sono le nostre principali risorse, ed è da lì che dobbiamo partire. La nostra collocazione ci rende infatti un possibile hub per molti mercati esteri, mentre la nostra eccellenza manifatturiera in diversi settori (in primis la meccanica, ma anche l'alimentare e il biomedicale ad esempio) fa di Bologna una città su cui tornare a investire.

**Quando parla di modelli di crescita, chi la conosce bene sa che ha in mente il modello tedesco, un mondo a cui TÜV Italia è molto vicino. Quali sono, dal suo punto di vista, le caratteristiche di questo modello importabili nel nostro paese?**

Proprio al modello tedesco penso quando parlo della necessità di un nuovo patto sociale. La Germania ha avviato nell'ultimo decennio importanti riforme che le hanno consentito di diventare la locomotiva d'Europa. L'elemento fondante di questo processo sta nella capacità di fare sistema, di marciare tutti uniti nella stessa direzione con un unico obiettivo. Tutti, nessuno escluso: stato, banche, imprese,

sindacati, lavoratori. È questa la forza del modello tedesco, al quale anche noi dobbiamo guardare e ispirarci per dare vita al nuovo patto sociale al quale mi richiama. Certo, non tutto è importabile, ci sono delle peculiarità nostre che vanno preservate e i due sistemi non sono esattamente sovrapponibili, però è vero che siamo la regione più simile alla Germania, su cui confluisce, tra l'altro, l'80% del nostro export. Solo facendo sistema riusciremo ad attivare quel collegamento diretto tra imprese e politiche industriali che è indispensabile per la nostra crescita. In questo senso guardiamo innanzi tutto alla Regione, da cui ci aspettiamo il primo concreto sostegno, e poi alla Provincia e ai suoi sessanta comuni, senza dimenticare che molti temi sono sul tappeto, dalla fiscalità locale alla burocrazia, al grande tema dell'area metropolitana; quindi al Comune capoluogo. Questo ci ricorda il modello tedesco: che lo sviluppo di un territorio è inevitabilmente subordinato alla condivisione e al supporto dei principali stakeholder.

**“Non basta sopravvivere, dobbiamo crescere” questo ha affermato nel suo discorso insediativo. Ma per raggiungere questo obiettivo, le aziende devono avere al loro fianco istituzioni, sindacati ed il sistema bancario. Parlando del credito, quali sono le richieste che oggi le aziende fanno alle banche per supportare le loro attività, creare lavoro e quindi ricchezza per le persone, il territorio e il paese?**

Innanzitutto di non far mancare il credito alle imprese. In un contesto difficile come quello attuale i rischi di una stretta creditizia si sono fatti più forti. E ci sono tutti i segnali di una restrizione del credito. Chiediamo invece alle banche di riconoscere il nostro sistema manifatturiero come una opportunità. Tutto il nostro sistema manifatturiero, incluse le piccole imprese che pure partecipano alla filiera produttiva delle aziende più grandi. Ebbene proprio a queste imprese, in quanto parte di un sistema produttivo più forte e funzionale, le

banche devono riconoscere posizioni più solide nella fase di contrattazione. Anche per questo come Associazione già da alcuni mesi abbiamo suonato l'allarme e continuiamo a tenere alta l'attenzione, lavorando a tutti i livelli: operativo, attraverso i nostri servizi (che in alcuni casi svolgono una vera e propria funzione di accompagnamento per le singole imprese) e di relazione e dialogo costante con i rappresentanti delle banche del territorio.

**Nel suo discorso dopo l'elezione a Presidente non sono mancati accenni a chi nelle aziende lavora. La formazione è un passo decisivo per innescare il circuito innovazione/competitività/sviluppo, e la crescita professionale individuale può diventare collettiva e favorire quel gioco di squadra su cui poggia lo sviluppo delle organizzazioni. Dal suo osservatorio privilegiato di imprenditore e presidente di Unindustria Bologna quali sono, a livello generale, i settori che richiedono un maggior aggiornamento per migliorare la competitività delle organizzazioni e la loro capacità di fare rete?**

Abbiamo un modello d'impresa fondato, come dicevo, sulle persone e sulle produzioni ad alto valore aggiunto; quindi formazione e specializzazione sono per noi un fattore strategico che interessa le imprese di tutti i settori, senza dimenticare il grande valore che la cultura tecnica ha avuto per il nostro territorio. È un tema che va presidiato con il duplice obiettivo, da un lato di limitare la precarietà del modo giovanile, dall'altro di accrescere la vicinanza con la scuola, come del resto la nostra Associazione ha cercato di fare con la recente Giornata dell'Orientamento che ha visto la partecipazione di oltre 3.000 studenti delle ultime classi delle medie e delle superiori di Bologna e provincia. Quanto alla capacità di fare rete, quella delle aggregazioni è sicuramente per le nostre piccole imprese la strada più innovativa per competere. Unindustria ha favorito la nascita di svariate aggregazioni al suo interno, tra cui il primo vero e proprio contratto di rete italiano nel settore dell'automotive. Ma ancora tanto c'è da fare sul piano culturale per far crescere la consapevolezza dell'importanza delle reti tra le imprese più piccole.

**Con la presidenza di Unindustria Bologna ha accettato una sfida impegnativa. Che cosa l'ha spinto ad assumere questa nuova responsabilità e quale ritiene sia oggi il**

23

**ruolo che l'associazionismo industriale può svolgere per lo sviluppo, sia a livello territoriale sia a quello nazionale?**

Credo nei valori dell'impresa e ho voluto dare il mio contributo per sostenere quelle aziende e quei colleghi che ogni giorno investono energie per lo sviluppo e la coesione sociale del nostro territorio. ■

## Intervista a Tiziana Ferrari Direttore Generale Unindustria Bologna

**Il suo ingresso in ambito confindustriale risale al 2005. Per conoscere la territoriale di cui ha la responsabilità, descrive ai lettori della rivista la sua struttura organizzativa, fornendo una descrizione generale dei suoi associati?**

Unindustria Bologna è la prima associazione imprenditoriale dell'Emilia Romagna e la sesta a livello nazionale, rappresentiamo più di 2.000 imprese con oltre 110.000 addetti. L'85% delle nostre imprese associate ha meno di 50 addetti, il 75% delle associate è un'impresa manifatturiera.

**Uno dei progetti di maggior impegno di cui è stata protagonista è stata la fusione di Assoindustria con API Bologna, che ha portato alla creazione di Unindustria Bologna. Questo nuovo soggetto di rappresentanza degli imprenditori l'ha vista, prima di esserne nominata Direttore Generale, responsabile di aree importanti di Unindustria come l'organizzazione, il marketing e le partecipazioni. Ci illustra come l'esperienza di quegli anni ha messo le basi del suo impegno di oggi?**

Come spesso capita, non avere ruoli fissi ma lavorare su più aree consente di cogliere, nel tempo, i vari aspetti di un'organizzazione, apportando al proprio bagaglio di crescita molteplici contributi, che sono divenuti tasselli importanti non solo di un profilo versatile e flessibile, ma anche capace di gestire le diverse fasi e situazioni che, per un'organizzazione complessa come la nostra, rappresentano il quotidiano.

**Il recentissimo rapporto Accredia/Censis “La qualità per la crescita del paese” considera che in una prolungata →**



TIZIANA FERRARI

Bolognese, dopo la laurea con lode in Economia e Commercio, nel 1996 inizia il suo percorso professionale in Arthur Andersen come revisore dei conti per poi collaborare principalmente con i servizi di "transaction support" dedicati alle acquisizioni e quotazioni.

In quegli anni alterna alla consulenza in impresa la presenza nelle aule della Business School di Chicago.

Nel 2002 passa in Ernst and Young, e come manager dedica nuove energie alla consulenza per le imprese. Dopo la maternità, nel 2005, fa il suo ingresso nel mondo Confindustria nella territoriale di Bologna, inizialmente responsabile della pianificazione, seguendo per tutto il 2006 per conto di Confindustria Bologna i lavori della fusione con Api, a fianco degli imprenditori direttamente coinvolti. Dal 2007, e fino all'agosto 2011, è in Unindustria Bologna come Responsabile di partecipazioni e organizzazione, incarico che lascia con la nomina, nel settembre 2011, a Direttore Generale della stessa organizzazione.

**fase di recessione economica come l'attuale, l'innalzamento della qualità del prodotto e dei processi produttivi può essere uno strumento per consolidare la capacità competitiva delle aziende." Quanto evidenziato dal rapporto trova conferma anche nei dati in suo possesso?**

La qualità oggi è il requisito fondamentale per stare sul mercato. Il miglioramento continuo dei processi e dei prodotti è l'unica via che consente alle nostre imprese di vincere la competizione mondiale. Non dimentichiamo che nei mercati di nicchia, le nostre imprese guadagnano sempre ottime posizioni sul resto dei competitor.

Su un punto non vi è dubbio: dobbiamo migliorare come imprese il metodo con cui quotidianamente innoviamo i nostri processi e i prodotti. Perché nel metodo, talvolta subito come un banale appesantimento burocratico, sta invece l'ulteriore leva di efficienza e vantaggio competitivo. Se guardo al nostro territorio bolognese, siamo ancora una realtà che esprime ingegno e innovazione, ma ancora troppo sofferente sull'applicazione del metodo.

Come associazione, proprio nel mese di gennaio 2012, avvieremo un'iniziativa di sensibilizzazione del metodo per innovare, che possa essere di concreto supporto alle imprese.

**Un'indagine di Ervet, società della Regione Emilia Romagna per lo sviluppo territoriale, pubblicata lo scorso ottobre mette in evidenza come in questo territorio ci sia un costante incremento delle certificazioni volontarie. Attraverso quali percorsi Unindustria incoraggia i propri associati a dotarsene per essere più competitivi?**

Prima che l'associazione sono i mercati a richiedere le certificazioni. La nostra azione è sensibilizzare verso l'adozione di un metodo di lavoro, che non sia solo lasciato a prassi e consuetudini o, ancora in molti casi, alla figura storica dell'imprenditore.

**Parliamo di questa iniziativa a cui sta lavorando il Club degli Innovatori di Unindustria Bologna insieme a diversi**

**soggetti, tra i quali anche TÜV Italia, progetto che vuole spingere le aziende verso l'eccellenza innovativa. Ce lo illustra nei suoi obiettivi, modalità, tempistica?**

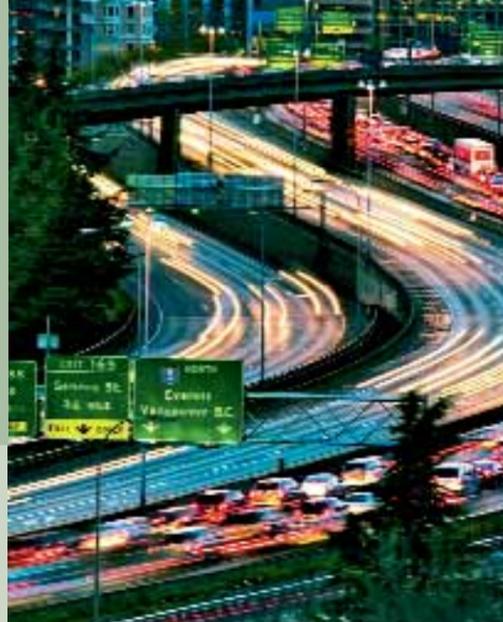
Il 23 gennaio 2012 presentiamo ai nostri associati un progetto, costruito con grande passione, nell'anno che volge al termine. Si tratta di un vero e proprio disciplinare tecnico che abbiamo costruito a più mani, con l'intento di dare uno strumento ai piccoli e medi imprenditori che cercano di crescere con metodo e vogliono approcciarsi ai mercati con strumenti di controllo e verifica del loro agire quotidiano. La semplicità dei linguaggi e il modo diretto e concreto che abbiamo utilizzato, sono certa faciliteranno l'abbattimento di barriere e ostacoli che nel cammino potrebbero sorgere. Il parere favorevole con cui è stato informalmente accolto anche dal mondo bancario, ci dà ulteriore spinta ad andare avanti.

**Le donne faticano ad affermarsi nel mondo del lavoro mentre lei è un esempio di donna giovane e ai vertici. Guardando alla sua esperienza personale quali ritiene siano le chiavi che le hanno permesso un percorso professionale di successo?**

Sono una persona fortunata, perché ho sempre fatto lavori che ho scelto e per cui ho investito molte energie, ma dai quali ho tratto molte soddisfazioni anche umane. L'organizzazione e il lavorare in modo costante per la propria crescita delle competenze sono stati sicuramente due punti importanti.

**Quali ostacoli vede ancora, in base alla sua esperienza e ai comparti produttivi che conosce meglio, per una piena affermazione del lavoro femminile, tanto a livello medio/bassi quanto a quelli più elevati del management?**

Gli ostacoli sono fuori e non dentro alle imprese, stanno principalmente nella carente flessibilità dei servizi e dei supporti che alle donne vengono dati per poter dedicare al lavoro sufficienti energie al pari degli uomini. ■



## Distribuire energia senza reti elettriche?

La rivoluzione energetica è in arrivo. Tuttavia, gli esperti devono ancora affrontare una serie di sfide relative alle energie rinnovabili: il vento non soffia sempre alla stessa velocità e con la stessa forza in tutto il mondo; il sole non splende ovunque con la stessa intensità e per la stessa quantità di tempo. Le scorte di energia possono essere assicurate solo mediante l'uso di una rete di infrastrutture all'avanguardia e nuove tecnologie di stoccaggio.

**C**osa accadrebbe se un parco eolico offshore o una rete nazionale di impianti fotovoltaici diventassero in pochi anni fra i principali produttori di energia elettrica? E che cosa accadrebbe se potesse essere prodotta energia da biomasse, vento, acqua e sole, ma la maggior parte delle persone non fosse in grado di utilizzarla? Perché il vento soffia e il sole splende, ma la rete elettrica non riesce a distribuire ovunque l'energia raccolta in queste forme. La costruzione di impianti per

la produzione di energia rinnovabile è un compito impegnativo, ma è anche un compito che deve essere portato a termine, e lo sarà. Da un punto di vista tecnico, è relativamente facile da finalizzare, anche se è al centro di un intenso dibattito tra i leader politici. Dimenticando per il momento le opinioni al riguardo, rimane una domanda: le reti elettriche saranno in grado di gestire questa evoluzione? «Le reti non esistono» – dice Michael Metzger, ingegnere ricercatore in Siemens →

Corporate Technology – «in termini generali, da un lato c'è la rete di trasmissione europea integrata, dall'altro la distribuzione a livello locale. Fino ad oggi quest'ultima è stata gestita "in modo ottuso e superficiale"» – dice Metzger – «le reti distributive sembrano essere solo pezzi di rame interrati, mentre la distribuzione della rete è stata sviluppata per fornire al consumatore l'energia elettrica di cui avrebbe bisogno». Vent'anni fa, la distribuzione avveniva in condizioni completamente diverse rispetto a quelle attuali. «In primo luogo, al termine della rete c'era solo il consumatore. La corrente elettrica veniva trasformata da alta a media e infine a bassa tensione. Oggi invece abbiamo anche un flusso di corrente in direzione opposta, per dare energia agli impianti». Infatti la rivoluzione energetica è rappresentata dal fatto che il consumatore può diventare anche produttore di energia.

### L'energia elettrica sarà prodotta dove serve?

Negli ultimi 100 anni, le reti sono state costruite attorno alle

centrali elettriche, a loro volta collocate in modo tale da raggiungere i consumatori, le attività industriali e le grandi città, rendendo così la rete di distribuzione il più corta possibile. Con il trasferimento dei consumatori dalle grandi città a quelle più piccole, il raggio distributivo è aumentato e le zone rurali si sono progressivamente legate al sistema delle reti. In Germania, statisticamente la distanza distributiva è calcolata tra i 50 e i 70 chilometri: l'elettricità non era e non è tutt'ora distribuita ad una distanza maggiore. L'energia viene dunque distribuita attraverso le reti elettriche prossime all'utilizzatore in tempo reale, ma tutto ciò potrebbe presto cambiare e la ragione di questo cambiamento è evidente: parlando di distribuzione, le nuove unità di produzione di energia costruite in prossimità del mare o in mare aperto non si trovano vicino agli utilizzatori, siano essi privati, stabilimenti industriali, o grandi centri abitati. La sfida diventerà ancora maggiore quando l'elettricità viaggerà dalla Sierra Madre o dal Sahara, zone nelle quali il sole splende per un tempo molto più lungo rispetto alle zone europee. Le energie rinnovabili, dunque, pur dovendo superare sfide di questo tipo,

rendono possibile una maggiore produzione di energia non solo dove e quando è necessario. Tuttavia, «La natura variabile della produzione e del consumo di queste energie alternative è uno dei motivi per cui è necessario immagazzinarle nel momento in cui la quantità di queste energie "intermittenti" cresce – per non sprecare ed evitare, in periodi di mancata produzione, l'utilizzo di centrali a gas o di altri tipi di sistemi di generazione di energia più inquinanti» – dice Reinhold Wurster, consulente presso la Ludwig Bolkow Systemtechnik GmbH.

Sono già state avanzate alcune ipotesi: stazioni di stoccaggio di energia ibrida, nuove miscele per il trasferimento di calore, "super batterie" utilizzabili come sistemi di stoccaggio e caverne sotterranee di stoccaggio, già utilizzate da industrie che lavorano nell'ambito del gas naturale, fino alla possibilità di usare le auto elettriche come unità di immagazzinamento mobile.

Alla fine, quale sarà l'approccio vincente? «Ogni sistema di accumulazione di energia è importante e può dimostrarsi utile», spiega Claudia Kemfert, dell'Istituto di Ricerca Economica. «Le batterie, per esempio, saranno in grado di accumulare solo una piccola quantità di energia, anche se sono essenziali. Una delle principali forme di immagazzinamento è il pompaggio

da parte delle centrali elettriche, anche se la loro capacità complessiva, almeno in Germania, è limitata. Utile è ancora il ricorso a combustibili alternativi come il metano, perché può compensare la volatilità delle energie rinnovabili, agendo come un sistema di immagazzinamento, oltre a ridurre la dipendenza dal petrolio e a utilizzare un'infrastruttura per i gas naturali».

### Necessità di rinforzi

I sistemi energetici si trovano ad affrontare un cambiamento radicale. «In alcuni casi, i requisiti tecnici per questi sistemi non sono stati sufficientemente pianificati» – dice Michael Metzger, «stiamo facendo delle prove e da queste impariamo, ma dal mio punto di vista dobbiamo ancora migliorare. Ci sarà sempre bisogno di un supporto, e questa necessità dovrà essere soddisfatta attraverso l'espansione della rete o lo sviluppo e l'uso di nuove tecnologie di stoccaggio», continua Metzger. Nel migliore dei casi, utilizzando entrambe le soluzioni. Dopotutto, in futuro la rete dell'energia, solare o eolica, dovrà fare i conti con una produzione di energia elettrica non costante, variabile in base alle ore della giornata e alla stagione dell'anno. ■



## Di quale forma di stoccaggio c'è bisogno?

Esistono diversi punti di vista sulle modalità di stoccaggio dell'energia, che vanno dai sistemi che la immagazzinano per pochi secondi e riescono a stabilizzare la rete elettrica, a tecnologie che consentono di immagazzinare l'energia per mesi. La fattibilità di un sistema piuttosto che l'altro può essere realmente constatata solo nel momento del loro utilizzo. Di seguito, una carrellata delle forme alternative di stoccaggio più diffuse:

- le centrali idroelettriche: difficili da battere in termini di efficienza. Il principio è abbastanza semplice: durante i periodi di minor richiesta di energia, enormi quantità di acqua vengono convogliate, mediante pompaggio, in un serbatoio situato sopra la centrale. Quando la domanda di energia cresce, l'acqua viene rilasciata dal serbatoio e viaggia attraverso un sistema di tubi fino ad un altro serbatoio sotto lo stabilimento, trasformandosi attraverso le turbine in energia elettrica.

- Sole + vento = gas naturale. L'energia in eccesso prodotta dal vento o dal sole può essere usata per dividere l'acqua nei suoi componenti di idrogeno e ossigeno. Successivamente si forma, dalla separazione dell'idrogeno dall'anidride carbonica, il gas metano. Il beneficio della "metanizzazione" dell'idrogeno? Il gas naturale è relativamente facile da trasportare su grandi distanze.

- Molti esperti consigliano come sistema di stoccaggio il ricorso all'idrogeno puro, che può essere ricavato dall'acqua mediante idrolisi e quindi essere conservato in caverne sotterranee o direttamente in celle a combustibile e lì convertito in elettricità.

- Il progetto danese "EDISON" si sta concentrando sull'elettromobilità e si propone di diventare un progetto di vasto utilizzo per alimentare una flotta di veicoli elettrici collegando le auto, attraverso prese di corrente, a scorte di energia prodotte da impianti

eolici. I veicoli verranno riforniti con energia prodotta dalla rete pubblica, ma non solo, il progetto sta studiando anche la possibilità di integrare i veicoli elettrici con la griglia di distribuzione di energia, utilizzandoli come generatori aggiuntivi quando la domanda cresce, grazie all'energia residua delle loro batterie.

- Miscela per il trasferimento di calore saranno utilizzate per immagazzinare l'energia solare: una miscela di sale che può essere ridotta a uno stato liquido anche a temperature superiori a 250°C. Nel processo, una parte dell'energia solare sottoforma di energia termica viene immagazzinata nel sale, che ha buone capacità di conservare il calore e di trasferirlo, e può essere recuperata durante la notte. I ricercatori attualmente stanno lavorando per verificare se è possibile sostituire il sale con altro materiale più facile da usare, come la sabbia.

## contatto

Reinhold Wurster  
Ludwig Bolkow Systemtechnik  
+49-89-608110-0  
reinhold.wurster@lbst.de



## Nuova applicazione per l'iPhone: dall'individuazione del parcheggio al controllo del veicolo

In che città mi trovo? Dove ho lasciato la macchina? A che ora scade il parchimetro? La nuova applicazione "TÜV SÜD Auto" per iPhone, scaricabile gratuitamente da iTunes Store, fornisce tutte queste risposte. Il servizio, infatti, non solo permette di individuare il paese di provenienza dell'auto in coda davanti a voi attraverso la decifrazione della targa, ma dà anche aiuti più pratici: permette di individuare le strade da percorrere quando chi viaggia è in una città che non conosce o non ricorda dove ha parcheggiato l'auto; facilita la ricerca, spesso complicata, dell'auto in un garage pubblico; indica quando scade un parchimetro e, infine, avvisa quando è necessario un controllo tecnico del veicolo, permettendo di fissare un appuntamento on-line presso il più vicino centro di assistenza. I requisiti tecnici per usufruire di questa applicazione? Un iPhone di nuova generazione 3GS e un sistema operativo nuovo come iOS 4.0. Per ulteriori informazioni: [www.tuev-sued.de/tuevsuedcar](http://www.tuev-sued.de/tuevsuedcar)  
 Contatto: [carolin.ruopp@tuev-sued.de](mailto:carolin.ruopp@tuev-sued.de)

## Dare una mano a chi soffre di sovraccarico

Ogni quattro minuti nel mondo, una persona è vittima di problemi psicosomatici che la rende incapace di lavorare, e il dato è in continua crescita. "Sfortunatamente, l'esaurimento e le malattie mentali

sono spesso parte della vita lavorativa" – dice Birgit Klusmeier di TÜV SÜD Akademie. Per combattere questi problemi, l'azienda da ottobre offre un corso formativo per "responsabile della salute e della

prevenzione in azienda", indirizzato a piccole e medie imprese fino a 600 dipendenti ed in particolare ad amministratori delegati e capi di divisione.  
 Contatto: [birgit.klusmeier@tuev-sued.de](mailto:birgit.klusmeier@tuev-sued.de)

## Il Gruppo TÜV SÜD rilascia le certificazioni FSC® e PEFC™ per un'industria del legno responsabile

Negli anni gli operatori dell'industria del legno hanno abbattuto alberi in modo indiscriminato, senza curarsi del ripopolamento delle foreste, ma oggi le certificazioni FSC® (Forest Stewardship Council) e PEFC™ (Program for the Endorsement of Forest Certification Schemes) forniscono la certezza ai rivenditori e ai loro clienti che i prodotti messi in commercio provengono da foreste gestite in modo responsabile. Il Gruppo TÜV SÜD e TÜV Italia offrono entrambe le certificazioni FSC® e PEFC™, relative alla catena di custodia delle foreste, tramite TÜV SÜD Czech Forest and Timber Center of Expertise di Praga, attivo dal 2009 per la certificazione PEFC™, e da maggio 2011 anche per la certificazione FSC®, dopo aver ottenuto anche questo accreditamento. Rilasciato dagli uffici internazionali di Bonn, il suo raggiungimento ha richiesto un impegno rilevante. FSC® è presente in più di 100 paesi come organizzazione non governativa senza fini di lucro, che promuove l'ambiente attraverso una gestione consapevole e responsabile delle foreste. Le certificazioni della catena di custodia delle foreste rilasciate dal gruppo TÜV SÜD sono in forte crescita soprattutto

in Europa, America, Sud-Est asiatico, Cina, Corea e Giappone, paesi dove annualmente le certificazioni FSC® mostrano un tasso di crescita a due cifre. Negli ultimi dieci anni sono stati emessi quasi 30.000 certificati nel mondo ed attualmente TÜV SÜD ha team di verifica in Cina, Repubblica Ceca, Croazia, Germania, Italia, Serbia, Spagna, Vietnam e Stati Uniti. Un ulteriore slancio alla crescita di queste certificazioni è stata fornita da leggi volte a combattere il traffico clandestino del legno negli Stati Uniti (Lacey Act), in Europa (FLEGT) e in Australia.

"Con le nostre attività per la gestione sostenibile delle foreste possiamo garantire ai nostri clienti e agli utenti finali che i prodotti in legno, o la carta che producono o vendono, provengono da foreste gestite in modo sostenibile e responsabile" afferma Michal Rezek, Project Manager di TÜV SÜD Forest and Timber Area.

Il Gruppo TÜV SÜD ha decine di clienti, principalmente in Europa, e ha già effettuato e completato verifiche iniziali nella Repubblica Ceca, Germania e Italia.

Contatto: [simona.daro@tuv.it](mailto:simona.daro@tuv.it)



## E-miglia testa i limiti dell'elettromobilità

Si è svolto, all'inizio di agosto, E-miglia, un rally destinato unicamente ai veicoli elettrici. La corsa automobilistica prevedeva un percorso di 800 km totali, 400 dei quali in salita ed era diviso in quattro tappe, la più impegnativa di oltre 200 km: questa la sfida della gara che ha condotto i piloti dalla Germania a Saint Moritz, passando dall'Austria e dall'Italia. Mentre la prima edizione di E-miglia, nel 2010, voleva dimostrare l'affidabilità dei veicoli elettrici, quest'anno l'obiettivo era quello di valutare il livello di autonomia delle batterie. Dal momento che l'autonomia media di un veicolo elettrico è di circa 150 km, gli organizzatori di questo evento hanno voluto mettere alla prova la tecnologia elettrica ed i piloti, come è avvenuto lungo il secondo tratto del rally sulla strada alpina di Grossglockner, che presenta un dislivello di 1500 metri. Quest'anno TÜV SÜD non solo ha supportato il rally come partner tecnico, ma ha anche partecipato con due squadre, classificatesi all'ottavo e ventesimo posto. Ma l'esperienza e la conoscenza che gli esperti di TÜV SÜD hanno tratto da questi 4 giorni di rally è ciò che davvero conta. I frutti di questa importante prova verranno impiegati per ridefinire gli standard TSECC (TÜV SÜD E-Car Cycle), i primi a mettere alla prova l'autonomia dei veicoli elettrici, sottoponendoli a test realistici come i cicli di guida o le condizioni atmosferiche. Contatto: [stefan.resch@tuev-sued.de](mailto:stefan.resch@tuev-sued.de)



## La comicità al servizio dell'educazione stradale

Il traffico stradale in Turchia è sempre più sicuro: dal 2007 al 2010 il numero di incidenti stradali è sceso da 5000 a 3000. Questo trend positivo è in gran parte dovuto agli sforzi di TÜVTÜRK, filiale di TÜV SÜD, che controlla e certifica più di 5 milioni di veicoli ogni anno. Per continuare a diminuire il numero di vittime della strada TÜVTÜRK sta promuovendo i propri servizi di ispezione e l'attività di "guida difensiva", una forma di allenamento per i guidatori volta a ridurre gli incidenti stradali prevenendo situazioni pericolose o avverse. Allo scopo di perseguire questo intento, vengono trasmessi spot radio umoristici: i due comici Hakan



Yılmaz e Necmi Yapıcı, più conosciuti come Two of Turkey's, stanno lavorando per conto di TÜVTÜRK, dando lezioni di educazione stradale attraverso i loro sketch comici. In sette spot pubblicitari, gli ascoltatori possono seguire le battute dei due attori su macchine e guida. Nella veste di "Veracious Davut", Hakan Yılmaz fa la parte del guidatore responsabile e cerca di convincere Necmi Yapıcı, alias "Crooked Mahmut", dell'importanza e della necessità di alcune cose, come ad esempio dell'ispezione dei veicoli. "I loro modi naturali rendono la pubblicità radiofonica molto più credibile per gli ascoltatori" – dice Koray Özcan di TÜVTÜRK. La gente in Turchia, infatti, ama i due comici e li prende sul serio.

Contatto: [koray.ozcan@tuvturk.com.tr](mailto:koray.ozcan@tuvturk.com.tr)



## TÜV SÜD attivo nell'eolico offshore

È il dipartimento Offshore Wind Energy di TÜV SÜD Industrie Service, istituito all'inizio del 2011 e con sede ad Amburgo, a svolgere ispezioni tecniche sulle strutture, analisi dei rischi, sviluppo e monitoraggio dei piani di sicurezza, oltre a certificare parchi eolici offshore e le società che li gestiscono. Il primo importante contratto in questo ambito è stato sottoscritto con la Strabag Offshore Wind per la certificazione del parco Albatros 1, formato da 10 turbine poggianti su fondazioni in cemento armato situate nel mare del Nord, a circa 93 miglia marine ad est dell'isola di Juist. TÜV SÜD per le attività certificative del progetto Albatros 1 utilizza le norme emesse dall'Istituto Idrografico Tedesco (BSH). Gli esperti TÜV SÜD sono a disposizione di investitori, progettisti e di tutti gli operatori di questa filiera industriale. Contatto: [alexander.heitmann@tuev-sued.de](mailto:alexander.heitmann@tuev-sued.de)

## Guitar hero

Lasciarsi trascinare dalla musica, seguire le orme delle leggende del rock, esibirsi in un fantastico assolo di chitarra sul palco – chi non ha mai sognato qualcosa del genere? Gli esperti di TÜV SÜD Product Service stanno lavorando sulle chitarre elettriche, anche se solo per scopi scientifici. Per il marchio di TÜV SÜD “Fit for use”, i tecnici sottopongono a test gli di strumenti musicali, dalla chitarra elettrica al trombone. Le prove sono svolte in un laboratorio all'avanguardia di Monaco e i test determinano con precisione se lo strumento è accordato o se la struttura della chitarra è danneggiata.

Poi, Groupie Oskar, un simulatore composto unicamente da testa e busto, ascolta i suoni attraverso delle cuffie e fa comparire le frequenze su un monitor: questo permette agli specialisti di TÜV SÜD di determinare se lo strumento è stato costruito correttamente e se prende le giuste tonalità. Per conto dei suoi clienti, quindi, Peter Hartmann, team leader di TÜV SÜD del settore Sport & Giochi, potrà creare facilmente, di tanto in tanto, qualche motivo con la chitarra. Mentre Hartmann saprà esattamente qual'è il suono di uno strumento portato al limite delle sue capacità, tutti gli altri dovranno accontentarsi di mimare il gesto di suonare una chitarra.





Italia

Scegli la certezza.  
Aggiungi valore.

# TÜV Italia: partner d'impresa in certificazione, ispezione, formazione.

## Italia

TÜV Italia S.r.l.

Via G. Carducci, 125 pal. 23  
20099 Sesto San Giovanni (MI)

+ 39-02-24130-1

+ 39-02-24130-399



## Sedi Internazionali

Headquarter/Europa:

TÜV SÜD AG

Westendstraße 199

D-80686 Monaco

Germania

+ 49-89-5791-0

+ 49-89-5791-1551

America:

TÜV SÜD America Inc.

10 Centennial Drive FL2

Peabody, MA 01960-7900

USA

+ 1-978-573-2500

+ 1-978-977-0157

Asia - Pacific:

TÜV SÜD Asia Pacific Pte. Ltd.

3 Science Park Drive

#04-01/05 The Franklin

Singapore 118223

+ 65-6427-4700

+ 65-6872-4948