

Il Re Leone

Ottobre 2013

03

Simba Riunite Imballaggi srl
via Piave 1/96
37050 Angiari Verona
tel. 0442 97013 - 0442 97036
fax 0442 97391
www.simbariunite.it

Registrazione Tribunale di Verona n. 1984 del 30.07.2013
Direttore Responsabile: Luca Fiorin
Editore: Simba Riunite Imballaggi srl
Stampa: Grafiche Marchesini - Angiari (VR)

LE TRADUZIONI IN INGLESE
SONO UN ABSTRACT DEL TESTO IN VERSIONE ITALIANA
*The English translations
are an abstract version of the text in Italian*



Lettera aperta di Simone Baratella

Letter from Simone Baratella

Meravigliosi lettori, un grazie di cuore, se non ci fossero persone come voi, non ci sarebbero scrittori, né libri, giornali e riviste che esistono perché fortunatamente c'è gente che li legge con interesse... spero! Cosa vi posso dire, per me questo è un sogno che si è avverato. Avere la possibilità di raccontare storie della nostra gente, delle nostre famiglie e delle nostre imprese, era una cosa cui pensavo da molto tempo. La mia limitata base culturale mi porta a scrivere in modo scorretto e molto elementare, ma non importa, l'importante è che mi capiate. Mi capita spesso di vedere persone che non conosco, di osservarle, di vedere i loro modi di fare o i loro atteggiamenti, che magari a me, di primo impatto, non piacciono. Poi li conosco, ci parlo, capisco la loro provenienza, la loro storia, la loro cultura e allora comincio a comprendere e capire il perché dei loro atteggiamenti e a vederli con occhi completamente diversi. Mi sono detto, se sono così, probabilmente saranno così anche gli altri e allora perché non iniziamo a raccontare le nostre storie? La vita è un intreccio di storie vissute ed emulate, i nostri giovani hanno bisogno di guide salde, ecco perché raccontare storie rendendole interessanti può aiutare bambini, giovani e meno giovani a costruire le loro. Forse pensiamo che non ci sia più niente da raccontare o forse pensiamo che le nostre storie non siano interessanti, scialbe senza "ginger" cioè frizzantino. Ma, se iniziamo a raccontare ai piccoli qualche storia del nostro vissuto, ci rendiamo conto che ascoltano interessati a bocca aperta. Ho e sto imparando tanto dai bambini, da loro imparo ogni giorno ad entusiasarmi, a giocare, a parlare ed ascoltare, a raccontare. Credo che dovremmo guardare sempre avanti al futuro con entusiasmo, voglia di fare e meraviglia, ma senza perdere mai di vista la nostra provenienza, la nostra storia e la nostra cultura. Ai tempi dei miei nonni c'erano i filò, persone che giravano il mondo e poi si riunivano nelle stalle con i contadini

a raccontare vicende che avevano visto in altri mondi, magari aggiungendoci anche un po' di fantasia. Questo, secondo me, significa che abbiamo bisogno di storie da vivere e da raccontare e di storie da ascoltare dagli altri, magari per prenderne spunto. Proprio come fanno i bambini. Voglio essere come un bambino, ho bisogno di sentirmi raccontare favole di sogni divenuti realtà, ogni giorno. Se finiamo di raccontare e ascoltare storie, finiamo di vivere e di avere interessi, anche di imparare. Per concludere vi auguro che la vostra vita possa essere una meravigliosa storia da vivere e da raccontare. Simone Baratella
Cia Cia Cia

"Marvel readers, a big thanks, if there were not for people like you, would not make sense the existence of the magazine. For me this is a dream come true. The possibility of tell the stories of our people, our families and our companies was a thing I had in mind for a long time. I often see people who don't know, I observe them, and I think I dislike them. Then I know them, listening to their story, and then I begin to see them with different eyes. Life is a mix of stories lived and emulated. We think that there is nothing left to tell or maybe we think that our stories are not interesting. Starting to tell some stories of our life to children, we realize that they interested listen with their mouth open. I'm learning so much by children, I learn from them every day to get excited, to play, to talk, to listen and tell. I think we should look to the future with enthusiasm and desire to do and wonder, but without ever losing sight of our origins, our history and our culture. This means that we need true stories to tell. If we end up telling stories, we end up living, have interests and learning. To conclude, I hope that your life may be a wonderful story to live and to tell."

L'INTERVISTA THE INTERVIEW

I fratelli Davide e Matteo Bonfante ci hanno aperto le porte dell'innovativo ProjectRoom per farci conoscere questo laboratorio di idee e la solida realtà Aredia Gruppo Bonfante



Davide and Matteo Bonfante opened to us the gates of the innovative ProjectRoom to show us this idea's laboratory and to let us know Aredia Group Bonfante

RACCONTI DI AZIENDE STORIES OF COMPANIES

Maestrello Stefano & Massimo: quando l'impresa di famiglia è il risultato della capacità di lavorare in perfetta sintonia



Maestrello Stefano & Massimo: when the family business comes from the ability to work in perfect harmony

STORIA HISTORY

Continua l'affascinante viaggio nella storia della carta passando per Fabriano tra cronache e leggende



Continue the trip through time to discover the paper history between chronicles and legends

L'EVENTO THE EVENT

19 settembre 2013, il Re Leone entra al ProjectRoom e spiega come famiglia, impresa e territorio siano i pilastri della creatività concreta



19 settembre 2013, Il Re Leone enters to ProjectRoom to explain how family, business and local authorities are the pillars of concrete creativity

ETICA NEGLI AFFARI CORPORATE CULTURE

Stefano Romano ci illustra come la qualità derivi dal perfetto connubio tra evoluzione tecnologica e competenza professionale



Stefano Romano explains how the quality comes from the perfect combination of technological change and professional competence

L'INTERVISTA

La trasformazione di un'azienda: quando l'idea di business ruota intorno al concetto di relazione umana. Aredia Gruppo Bonfante e ProjectRoom

The case. The transformation of a company: when the concept of business wheels around the concept of relation. Aredia gruppo bonfante and projectroom

Dall'incontro con i fratelli Davide e Matteo Bonfante, di Aredia Gruppo Bonfante, emerge un quadro molto articolato, ma allo stesso tempo sorprendentemente logico, della realtà a cui appartiene.

Un'azienda moderna e flessibile, nata dal desiderio di due fratelli di creare un'impresa capace di affiancare il cliente dall'inizio alla fine nelle opere di ristrutturazione e nelle nuove realizzazioni con un servizio di project management "chiavi in mano".

Matteo Bonfante: "L'idea di base è stata ed è tuttora quella di proporsi quale interlocutore unico capace di farsi carico dell'intera commessa, dalla consulenza alla progettazione, dall'intervento edile alle opere di impiantistica, dalle finiture agli arredi, lasciando per tanto massimo spazio ad originalità e creatività."

L'azienda odierna si basa però su fondamenta molto solide ...

Davide Bonfante: "La storia dell'azienda Bonfante nel settore dell'arredo e delle finiture d'interni è iniziata quando mio padre e mio zio, Emilio e Luigino Bonfante, nel corso del boom economico degli anni Sessanta, hanno avviato un'impresa specializzata in tinteggiature, finiture, decorazioni di interni ed esterni. Nel 1969 hanno messo in piedi il primo magazzino per la distribuzione di materiali destinati alle finiture d'interni e nel 1974 è arrivata la svolta con la creazione di un nuovo comparto unicamente destinato ai tendaggi e agli arredi, arricchito, nel decennio successivo, da una personale sartoria e da una falegnameria, tuttora produzioni integranti del business aziendale."

Oggi ci troviamo davanti ad un'azienda più industriale o più artigianale?

Matteo Bonfante: "Negli anni l'azienda ha vissuto importanti fasi evolutive, arrivando a gestire commesse sempre più importanti in Italia e all'estero, stiamo ad esempio lavorando in Africa e abbiamo partnership avviate da tempo in Germania e in Francia e negli ultimi anni si stanno consolidando rapporti in Russia e negli USA, creiamo locali per realtà importanti nel campo della moda e operiamo per marchi nel settore alberghiero internazionale, oltre che essere fornitori e partner di importanti aziende veronesi molto conosciute. Abbiamo sempre orgogliosamente mantenuto un rapporto costante con i clienti storici e ci siamo sempre ingegnati per proporre soluzioni "su misura" grazie anche al tessuto di collaborazioni con aziende locali che spaziano a pieno la nostra filosofia e l'orientamento al risultato."

Oggi è fondamentale anche la collaborazione con gli architetti, no?

Matteo Bonfante: "Assolutamente sì! La nostra azienda, proprio perché propone un servizio completo, collabora con molti professionisti con i quali si è creato un perfetto equilibrio e una sorprendente compenetrazione di competenze: sperimentazione e concretezza riescono così a

portarci sulla giusta strada per proporre ai nostri clienti soluzioni tanto originali quanto funzionali."

La trasformazione dell'azienda ha avuto un forte impatto anche dal punto di vista della responsabilità ...

Davide Bonfante: "Non c'è dubbio, mentre un tempo si operava con una responsabilità limitata al proprio intervento, pur nella ricerca della migliore qualità del risultato, oggi l'azienda si accolla molte più problematiche, rispondendo anche dei propri fornitori in quanto general contractor. La mentalità è mutata e questo è quello che ha segnato un po' il passaggio di consegne di padre in figlio."

Parliamo di ProjectRoom ... ce lo racconta?

Matteo Bonfante: "ProjectRoom è nato essenzialmente da un'esigenza, quella di offrire un ambiente esperienziale e non puramente di prodotto. Proprio per il mutamento di filosofia aziendale, il servizio è divenuto centrale nel nostro lavoro, così abbiamo avvertito la necessità di uno spazio che non fosse il classico showroom, ma piuttosto un projectroom appunto, dove il networking generi nuove idee e nuove collaborazioni. Qui abbiamo voluto coinvolgere giovani menti pronte a rischiare e a mettersi in gioco. Non si è trattato dunque di un investimento diretto, ma piuttosto di un investimento contro-intuitivo, incapace di portare ritorni immediati, ma estremamente importante per sviluppare i rapporti umani e le relazioni che per noi sono fondamentali. ProjectRoom per me è un progetto che



I fratelli Davide e Matteo Bonfante in uno scatto creativo *The brothers Davide and Matteo Bonfante in a creative shooting*

si basa sulla cultura dell'abbondanza e non dell'abbastanza perché vuole portare a chiunque vi prenda parte un arricchimento, favorendo i rapporti e quindi il vantaggio di un business indiretto e di larghe vedute."

Eventi, concorsi, come si sviluppa concretamente ProjectRoom?

Matteo Bonfante: "ProjectRoom, quando è nato, ha proposto un innovativo concorso volto proprio a sottolineare il mutamento da showroom a spazio esperienziale della nostra realtà, richiedendo l'invio, da parte di ogni candidato, della progettazione di una o più aree. La planimetria completa dello spazio espositivo prevedeva che fossero progettati non più da vedere o da mostrare, bensì progettati da vivere attinenti alle 9 aree tematiche su cui opera Aredia. L'esito? Oltre 200 progetti ricevuti e 9 progetti realizzati. Oggi sono attivi corsi di formazione e continuamente vengono proposti diversi workshop formativi curati da esperti e rivolti a professionisti di ogni settore, eventi aperitivo per dare spazio a nuove relazioni e incontri aziendali che offrono anche alle realtà più tradizionali l'opportunità di affacciarsi a nuovi contatti."

L'obiettivo è dunque mettere in comune idee ed esperienze per generare nuove opportunità di lavoro attraverso eventi mirati, è corretto?

Matteo Bonfante: "Esattamente, e devo dire che funziona. Anche Simone e Silvia Baratella sostengono questa iniziativa perché loro stessi qui hanno avuto modo di conoscere persone con cui stanno oggi collaborando. Il Re Leone infondo lo vedo come una sorta di "ProjectRoom" di Simba Riunite Imballaggi, simbolo di una visione molto lungimirante e innovativa dell'azienda."

L'intervista con Matteo e Davide Bonfante si conclude ricordando chi li ha aiutati e tuttora lo sta facendo.

"Il primo perno indispensabile per la riuscita di questa impresa così sfaccettata e multicanale, è nostra mamma che infondo ha fatto da collante in tutti questi anni, attraverso il passaggio di consegne tra prima e seconda generazione. Ringraziamo il nostro primo consulente, nostro padre, che ha costruito le basi sulle quali oggi stiamo sicuramente ancora crescendo, ma grazie a lui possiamo avanzare con una visione chiara del futuro. Dobbiamo infine ricordare il nostro staff e le nostre famiglie, che vivono ogni giorno le nostre esperienze perché, in fondo, lavoro e vita privata si sono sempre inevitabilmente intrecciati".

A cura di Eleonora Negri



La famiglia Bonfante al completo all'interno del ProjectRoom *Bonfantes family into the ProjectRoom*

Davide and Matteo Bonfante are holders of a modern, flexible business, born from the desire to create a company able to stay close to the customer from start to finish in renovations and new construction with a service of "Turnkey".

Matteo Bonfante: "The basic idea is to present itself as sole interlocutor able to take charge the entire project".

The company today, however, is based on very solid foundations ...

Davide Bonfante: "The company's history in furniture and finishes began when my father and my uncle started a company specializing in this field. In 1969 they set up the first store and in 1974 a new area dedicated to the drapery and furnishings".

Today are we faced with a company more craft or more industrial?

Matteo Bonfante: "Over the years the company lived major developments coming to manage important projects in Italy and abroad, as well as being a supplier and partner of major companies in Verona. We have always maintained an ongoing relationship with old customers and we have always been busy to propose good solution".

Is it fundamental the collaboration with architects?

Matteo Bonfante: "Absolutely! Our company works with many

professionals with whom you have created a perfect balance".

The transformation of the company was also very important from the point of view of the responsibility...

Davide Bonfante. "There is no doubt, today the company has many more problems, since it has the responsibility of its suppliers as general contractor".

Let's talk about ProjectRoom ... Could you tell us about it?

Matteo Bonfante: "Precisely since of the change of business philosophy, the service has become important in our work, so we felt the need for a space that was not the classic showroom, but rather a projectroom, where new ideas are generated and new collaborations are created. Here we wanted to involve young minds ready to take risks and get involved. ProjectRoom for me is a project that is based on the culture of plenty and not of enough since it wants to bring to anyone who takes it part an enrichment thus fostering relations and therefore the benefits of a business-open minded".

Events, competitions, how does ProjectRoom develop concretely?

Matteo Bonfante: "The complete plan of the exhibition space expected to require projects no more to see or

show, but projects to live relating to 9 issues on which operates Aredia. The outcome? Over 200 projects received and 9 projects realized. Today there are training courses and are offered many training workshops.

The objective is to share ideas and experiences to create new job opportunities through targeted events, is it correct?

Matteo Bonfante: "Exactly, and I must say that it works. Even Simone and Silvia Baratella support this initiative. I see Il Re Leone as a Simba e Riunite Imballaggi "ProjectRoom", symbol of a very forward-looking and innovative company".

The interview to Matteo and Davide Bonfante finished remembering who helped them and still is doing it.

"The first essential person for the success of this enterprise is our mother who has been the glue through the handover between first and second generation. We thank our father, who built the foundations on which today we are still growing. Finally, we have to remember our staff and our families, who live every day of our experiences, since job and private life have always inevitably encountered".

By Eleonora Negri

RACCONTI DI AZIENDE

Un'impresa da fratelli! Maestrello Stefano & Massimo, nel nome dell'azienda una scelta di famiglia

An undertaking by brothers!

Maestrello Stefano & Massimo, in the company name a family choice

L'azienda è un'officina-torneria e all'ingresso è facile respirare l'odore della meccanica. Entriamo in un ambiente decisamente familiare e, superato l'imbarazzo di una intervista insolita per chi è abituato a molte ore di lavoro in officina, diventa piacevole scoprire come oggi ad accogliere sia la storia di due fratelli che hanno saputo costruire una realtà apprezzata partendo davvero da zero. L'azienda nasce nel 1987 grazie alla passione per la meccanica e ad un fortissimo spirito imprenditoriale. Con la sola esperienza dello stage in azienda, Stefano decide di tuffarsi in un'impresa che ha visto tra i primi clienti gli amici di famiglia. Oggi l'attività, gestita con il fratello Massimo entrato in azienda appena terminati gli studi, è quella di manutenzione e riparazione di macchinari e i settori di intervento sono i più disparati, dalla falegnameria, all'alimentare, fino ovviamente agli scatolifici, come la Simba Riunite Imballaggi. "In questo momento come non mai la velocità di risposta alle necessità del cliente è fondamentale e imprescindibile", ci spiegano Stefano e Massimo, che da soli gestiscono tutta l'attività dividendosi tra assistenza esterna e officina. "Con l'attuale crisi - proseguono - le aziende non fanno più magazzino e lavorano con quantitativi ridotti direttamente sull'ordine, per questo diventa davvero importante essere pronti ad intervenire non appena si verifica un guasto".

"L'incontro con Simone Baratella è avvenuto nel 1993 - ci racconta Stefano - grazie ad un amico comune. Con

il trasferimento da Casale di Scodosia alla sede di Cerea, l'azienda Simba ha avuto bisogno di un'attività di manutenzione sui macchinari e lì è iniziata la nostra collaborazione. Siamo cresciuti con loro perché abbiamo avuto modo di fare esperienza sulle macchine per il cartone". "Lavorare con loro è come lavorare nella propria azienda". Concludono entrambi.

Spesso capita di cercare lo spirito imprenditoriale dove ci sono grandi strutture, ma a volte, come qui, è nelle officine che si rischia tutto ogni giorno ed è per creare realtà come questa, nascosta in un paese del basso veronese, che ci si lancia in un'avventura partendo da nulla se non dalla passione per il lavoro che si vuole fare e dalla forza di credere nei propri sogni.

A cura di Eleonora Negri

The company has a workshop and at the entrance you can smell of the mechanics. We go into a family environment and it's nice to discover welcoming us there is the story of two brothers who have been able to build a reality appreciated starting from scratch. The company was founded in 1987 thanks to the passion for mechanics and a strong entrepreneurial spirit. Today, the company managed by Stefano and Massimo is the maintenance and repair of machinery, and the areas in which are involved are the most different, from woodworks, to food, to box factories as Simba & Riunite Imballaggi. "Now more than ever the speed of intervention is important" Stefano and Massimo explain to us. "With the current crisis, companies no longer have the stock and work with the quantities ordered, so it is very important an immediate action in case of failure of a machine". "The meeting with Simone Baratella was in 1993 thanks to a common friend. The company needed someone who made the maintenance of machinery and from there we started our collaboration. They have given us the opportunity to gain experience on the machines of cardboard". "Working with them is like working in your business". They say together.

Entrepreneurship is often in those who risk everything every day to create reality like this, we launch ourselves into an adventure starting only from the passion for the work we want to do and the strength to believe in our dreams.

By Eleonora Negri



Massimo e Stefano nella loro officina si fermano un attimo per uno scatto prima di ritornare al lavoro

Massimo and Stefano in their workshop, just a little stop for a click before returning back to work

APPUNTAMENTO CON LA STORIA

La carta: l'arrivo in Italia Continua il viaggio nel tempo per scoprire come questo materiale è diventato quello che oggi conosciamo

THE PAPER: THE ARRIVAL IN ITALY

Continue the trip through time to discover how this material has become what we know today.

Dopo aver appreso, nello scorso numero, delle origini cinesi dei primi "esemplari" di carta, riprendiamo il viaggio nella storia di questo materiale al punto in cui eravamo rimasti, ovvero al passaggio di consegne dall'Asia Orientale all'Asia Centrale, e più precisamente alla città di Samarcanda, dove la storia vuole che il segreto della fabbricazione della carta si sia trasferito appunto dall'Oriente all'Occidente attraverso gli Arabi. Proprio a Samarcanda fu fondata la prima cartiera e di lì la fabbricazione della carta si diffuse in tutto il mondo arabo e poi nei Paesi posti sotto



la dominazione di questo popolo, tra cui Italia e Spagna. E' ormai certo che siano stati arabi i primi maestri dei cartai di Fabriano, nelle Marche, il primo centro in Italia a fabbricare carta partendo dal lino e dalla canapa. A questo punto però è divenuto fondamentale quell'ingegno che contraddistingue da sempre il nostro popolo, fu infatti proprio l'acume dei cartai di Fabriano che permise lo sviluppo, in breve tempo, di procedimenti di produzione della carta che la rendevano resistente al passare del tempo e di ottima qualità, tanto da divenire il materiale principale per la scrittura, rimpiazzando la pergamena, più costosa e complicata da reperire. Pare dunque sia proprio Fabriano il luogo in cui si compie quel salto di qualità fino allora mai raggiunto, che ha consentito a questo comune di imporsi all'attenzione

dei mercati italiani ed europei e di divenire per oltre due secoli uno dei maggiori centri della nostra penisola. Gli storici sono propensi a ritenere che la carta sia penetrata in Italia attraverso Ancona e che i fabrianesi abbiano imparato a lavorarla dagli Arabi fatti prigionieri in uno dei frequenti assalti contro la città dorica dopo l'XI secolo. Vi è tuttavia un'altra ipotesi, tra l'altro molto affascinante e a metà tra storia e leggenda, secondo cui sarebbero stati i cavalieri del TAU, ordine misteriosamente collegato ai Templari, a diffondere i segreti della produzione della carta appresi nel Medio Oriente durante le prime crociate. A testimonianza della presenza di questi cavalieri a Fabriano, rimane ancora oggi il portale a sesto acuto di S. Antonio fuori le mura in cui compare il TAU, simbolo dell'Ordine. Ad ogni modo pare condivisa l'ipotesi stori-

ca che siano stati gli Arabi i maestri dei cartai fabrianesi e che il lino e la canapa siano le stesse materie prime usate nel Medio Oriente, a Xativa e poi a Fabriano per fabbricare carta bambagina. Ciò che conta è che le tecniche innovative introdotte e perfezionate in Italia influirono in modo determinante sulla resistenza al tempo e agli agenti patogeni della carta, rendendola la materia scrittoria più diffusa e conveniente, è così che questo importante materiale si spoglia del suo ruolo di "bene di lusso", anche se da qui alla diffusione attuale la strada è ancora lunga e da scoprire nel prossimo numero.



Alcuni particolari del portale di Sant'Antonio fuori le mura, a Fabriano, che ancora oggi testimoniano la presenza dei cavalieri del Tau in queste zone. Secondo la leggenda sarebbero stati proprio loro a diffondere i segreti della produzione della carta appresi nel Medio Oriente durante le prime crociate. Some details of the portal of St. Anthony outside the walls, in Fabriano

A cura di Eleonora Negri

After learning of the Chinese origins of the first exemplary of paper, we start from the handover from East Asia to Central Asia, and more specifically in Samarkand.

Just in Samarkand was founded the first paper mill and from there the manufacture of paper spread all over the world.

It is now certain that the Arabs were the first teachers of the papermakers of Fabriano, the first center in Italy to build paper starting from the flax and hemp.

It was the acumen of Fabriano papermakers that allowed the development of processes for the production of paper that made it resistant to time and of excellent quality, so as to become the main material where to write replacing

the parchment, more expensive and complicated to find.

It seems to be just Fabriano the place where takes the quantum leap until then never reached, making it for more than 2 centuries one of the major centers of Italy. Historians believe that the inhabitants of Fabriano have learned to work the paper by the Arabs taken prisoner. However, there is also another hypothesis, that the Knights Templar had to spread the secrets of papermaking learned in the Middle East during the first crusades.

Innovative techniques introduced and perfected in Italy, influenced in a decisive way on the strength of the paper over time, making it the most common writing material and more convenient. From here to the spread of the current paper, the road is still long and to discover it in the next issue.

By Eleonora Negri

L'EVENTO

Il Re Leone entra al ProjectRoom

Il Re Leone enters to ProjectRoom

19 settembre 2013

Famiglia, impresa e territorio, questi i pilastri della rivista che avete in mano, ma un grande concetto alle fondamenta: la creatività.

Proprio la creatività è il tema della serata, un piacevole incontro tra amici, molti a dire il vero, un'occasione per stare insieme e dedicarsi del tempo. Presso il ProjectRoom dell'azienda Bonfante c'è una serata dedicata alla presentazione della rivista Il Re Leone, il progetto nato dalla passione per le nuove idee realizzabili dell'azienda Simba Riunite Imballaggi.

A fare gli onori è ovviamente il padrone di casa, Matteo Bonfante, che ci accoglie nella sua eclettica area sperimentale, fortemente voluta per creare rapporti, che in effetti dà modo di incrociare tante persone, ma anche di avere spazi dove parlare in privato. A prendere la parola poco dopo è Simone che, pur partendo dalla premessa dell'improvvisazione, diverte gli ospiti con racconti di vita ed esperienze personali, proprio come vuole fare questa rivista, voluta appunto per lasciare spazio alle storie di aziende, ma soprattutto di persone. L'intervento di Simone si apre con un foglietto spiegazzato su cui è riportato il disegno di un ospite della comunità di don Gianluca, di cui abbiamo parlato nel primo numero del giornale. Un divertente indovinello che mostra quanto il modo di vedere le cose sia troppo spesso uniformato e come le cose semplici ed evidenti ci sfuggano pur essendo sotto il nostro naso. Forse è tempo di fermarsi, di regalarsi del tempo per incontrare persone con diverse capacità e differenti esperienze per cambiare la nostra visione del mondo. Così l'idea della rivista Il Re Leone. "A cosa serve? - dice Simone - non lo so a cosa serve, di sicuro non a vendere più scatole, ma mi piace perché racconta storie e può cambiare la visione degli altri ed il nostro rapporto con loro, perché infondo può essere un modo per lasciare una nostra traccia nella storia". L'intervento è ricco di narrazioni e di riferimenti ad amici presenti in sala che se la ridono neanche tanto di nascosto, com'è nello spirito sincero e genuino di Simone che chiude con un pensiero: "... per me il successo è essere amato dalla famiglia e dagli amici". A intervenire è infine Franco Cesaro, che abbiamo avuto modo di conoscere nel primo numero della rivista e che è il preziosissimo consulente della Simba Riunite Imballaggi. Da decenni lavora nell'ambito delle imprese familiari e la sua testimonianza ruota intorno alla creatività in queste realtà che appartengono così profondamente al territorio del basso veronese, ma forse anche all'Italia intera. "Che cos'è la creatività?" chiede

Franco. "Spesso si associa il termine creatività al concetto di astrattezza, identificandola come un dono che appartiene solo ad alcuni, in realtà non vi è nulla di più connesso alla realtà e alla concretezza". Apprendiamo dunque che la creatività può essere di tutti, può essere innata ma anche insegnata ed appresa. Creativi si nasce in modo diverso perché stile creativo e stile cognitivo sono strettamente interconnessi. Poiché parliamo di aziende però ci viene mostrato come la creatività si concretizzi nelle imprese in tre componenti. Originalità: essere i primi dà il grande vantaggio della non concorrenza e rende possibile la determinazione del prezzo. Razionalità, abbinata alla voglia di volare lontano porta al successo delle idee. Capacità di creare consenso, chiave fondamentale del successo è farsi capire e supportare, trovare in sostanza qualcuno che accetti le proprie idee. Subito il pensiero corre a Silvia, che sa quotidianamente comprendere e appoggiare le idee pazzesche di Simone, trovando la chiave risolutiva che le rende attuabili e fruibili a tutti. Senza di lei non sareste certamente qui a leggerci. L'ingrediente segreto del successo delle imprese familiari è che in esse c'è la capacità di educare alla creatività, trasmettendo la cultura del rischio e del non timore attraverso la condivisione delle paure e la connessione dei pensieri. L'incontro si chiude con l'accen-



Un'immagine che racconta una delle occasioni di scambio all'interno del ProjectRoom ... perché si sa, mangiando le chiacchiere hanno tutto un altro sapore

An image showing one of the opportunities for exchange ideas in the ProjectRoom ... Because you know, eating the chatter have a completely different flavor

no ad un progetto di collaborazione tra Simba Riunite Imballaggi e Massimo Marchiori, il creativo del cartone che avremo modo di conoscere meglio nel prossimo numero. Attraverso l'unione di idee e tecnologie verranno sviluppati e messi in produzione prodotti di uso quotidiano, arredi e giocattoli



Simone Baratella, durante il suo intervento, parla al numeroso pubblico intervenuto della rivista "Il Re Leone"
Simone Baratella, during his speech, speaks to the large audience of the magazine "Il Re Leone"

che trasmetteranno il concetto della creatività al servizio della funzionalità e del benessere del pianeta. La voglia di creare qualcosa è contaminante e la passione rende reale l'idea. Così, tra un bicchiere di spumante Bisol e un risotto del ristorante da Aldo scorrono parole e idee e nasce infondo un altro pezzetto di storia.

A cura di Eleonora Negri

Family, business and territory, these are the pillars of the magazine that you are holding, but a great basic concept: creativity. At the ProjectRoom of Bonfante Company, there is an evening dedicated to the presentation of the magazine Il Re Leone, the project was born from a passion for new ideas of Simba & Riunite Imballaggi. Doing the honors of the house is Matteo Bonfante and, soon after, is Simone, ready to improvise, entertains the guests with stories of life and personal experiences. The intervention of Simone opens with a crumpled sheet and an amusing riddle that shows how simple and evident things escape us for being right under our noses. "What is the purpose of Il Re Leone magazine?" - Simone says - I don't know what it is for, but I like it since it tells stories and can change our view of the people and our relationship with them, and since it can be a way to leave our mark on the history". The intervention is full of stories and references to friends in the audience, like is sincere and genuine spirit of Simone, who closed with a thought "...for me success is to be loved by family and friends". To intervene is finally Franco Cesaro, which for decades has been working in the family business, and his testimony revolves around the creativity of these realities that belong to all Italy. "What is creativity?" Franco asks. Then we discover that creativity is for everyone, it can be innate or learned. Creativity, in the companies, is constituted by 3 components: originality, rationality and ability to build consensus. Immediately, our thoughts go to Silvia, who can understand and support the crazy ideas of Simone, finding the right key to make them feasible. The secret of success of family businesses is that in them there is the ability to educate the creativity, transmitting the culture of risk and not fear by sharing of the fears and thoughts. The meeting ends with the mention of collaboration between Massimo Marchiori, the creative of paperboard, and Simba & Riunite Imballaggi. Through the union of ideas and technologies will be developed and put into production daily use products, furniture and toys that will transmit the concept of creativity at the service of functionality and wellness of the planet.

By Eleonora Negri

ETICA NEGLI AFFARI

L'evoluzione tecnologica e l'importanza dell'uomo

The technological evolution and the importance of people

Il mondo, ormai da tempo, si sta evolvendo ad una velocità vorticoso, in modo particolare nell'aspetto tecnologico. Tale evoluzione ha generato, e genera di continuo, domanda ed offerta di prodotti sempre più sofisticati a prezzi sempre più competitivi. L'aumento di complessità dei prodotti risente di un importante aumento delle variabili di processo che, se non gestite e limitate attraverso la standardizzazione delle stesse, influiscono in modo importante in termini di costi, in modo particolare se il prodotto in questione è un prodotto "povero" e a basso valore aggiunto quale, ad esempio, è l'imballo in cartone ondulato la cui evoluzione da semplice contenitore a veicolo pubblicitario di immagine e di vendita, unitamente all'evoluzione tecnologica degli strumenti di produzione, ha generato un prodotto sofisticato e complesso. Si tratta di un prodotto che necessita sempre più di competenze, in cui l'impatto negativo dei costi generati dalle variabili non controllate diviene particolarmente rilevante. Essenzialmente le azioni per il controllo e l'abbattimento dei costi generati dalle variabili si esplicano attraverso procedure come l'identificazione e l'analisi delle variabili stesse e la loro standardizzazione. Queste azioni però devono essere attuate con particolare competenza, a tutti i livelli, per evi-



Stefano Romanò, titolare dello studio Romanò S.a.S., consulente dell'azienda Simba Riunite Imballaggi

Stefano Romanò, owner of the studio Romanò SaS, consultant for the company Simba Riunite Imballaggi

tare il rischio reale di generare nuove variabili o l'applicazione di standard errati. La scelta delle persone di riferimento ai vari livelli, all'interno di un'azienda, è spesso motivata sostanzialmente da caratteristiche soggettive delle persone scelte, spesso però manca il completamento oggettivo dato dalle capacità necessarie a fornire le competenze adeguate che, con le caratteristiche soggettive, portano al massimo ritorno dall'attività professionale della persona. Da ciò si evince la necessità di formazione a tutti i livelli. L'incremento tecnologico infatti, contrariamente a ciò che molti pensano, non serve a sostituire una competenza, ma va a supportare la professionalità umana affinché la persona possa svolgere il proprio ruolo meglio

ed in tempi più brevi. Con l'evoluzione tecnologica e tecnica il ruolo dell'uomo diventa ancora più importante. All'evoluzione tecnologica sono state date risposte diverse. Chi si è chiuso in se stesso, chi ha investito nella sola tecnologia senza curarsi della formazione delle persone, chi ha investito tecnologicamente basandosi sull'esperienza pratica, senza una reale cognizione tecnica. Oggi le due condizioni, teoria e pratica, devono andare di pari nonostante la rapidità dell'evoluzione. L'esperienza e la

specializzazione di una persona si devono unire a quelle di un'altra e l'azienda dev'essere come una sola persona che detiene le capacità e le conoscenze necessarie alla completa soddisfazione dei suoi obiettivi. Tutto ciò richiede una profonda disponibilità dell'azienda e delle persone al cambiamento, soprattutto in termini di mentalità. E' possibile ridurre i costi, migliorare la produzione e molto altro, a condizione che l'azienda e le persone siano veramente disposte a migliorarsi.

A cura di Stefano Romanò

The world is evolving at a dizzying speed especially in the technological aspect. This development generates demand and supply of increasingly sophisticated products at competitive prices. The evolution of the cardboard box from simple packaging to protect the contents in advertising vehicle together with the evolution of technology has created a sophisticated and complex product in design and in the production too. It is a product that needs more and more skills and technical training, where the negative impact of costs arising from the uncontrolled variables becomes particularly relevant. The actions of control and reduction of costs generated by the variables are made through procedures such as identification and analysis of the variables themselves and their standardization. Often lacking the completion of objective data on the capabilities and objectivity necessary to provide the appropriate skills, which together with subjective features, enable to get the maximum return from the professional activity carried out by the person. From all this we understand the need for training and information at all levels. The increase in technology doesn't need to replace but to be supportive to human expertise, in such a way that the person can play their role better and in a short time. With the technological evolution the human role becomes even more important. Today theory and practice must go hand in hand in a continuous game of subtle balance. It is possible to reduce costs, improve production and much more on the condition that the company and the people are prepared to improve themselves.

By Stefano Romanò