

SISTEMI&IMPRESA

Management e tecnologie per le imprese del futuro

N. 5 - giugno/luglio 2016



Cristina, Elisabetta e Antonella Nonino
Amministratori Delegati di Nonino

■ Quando la distillazione è nel Dna
La tradizione che porta al successo

ESTE
www.este.it

■ Additive manufacturing in crescita
Dalla prototipazione alla produzione

■ ELeadership: quali sono le nuove
competenze per i manager d'azienda

■ Pmi, la parola d'ordine è innovare
I casi Amarelli, Mutti e Scrigno

■ Cyber crime in continua evoluzione
I pericoli per l'impresa estesa

3 Il prodotto migliore del mondo
EDITORIALE di Chiara Lupi

4 Quando la distillazione è nel Dna
INTERVISTA La tradizione che porta al successo
DI COPERTINA di Nadia Anzani



Cristina, Antonella ed Elisabetta Nonino

10 a cura della Redazione
NOTIZIE
DALLE IMPRESE

21 a cura della Redazione
SENTIERI
PROFESSIONALI

22 Da prototipazione a produzione
STAMPA 3D l'additive manufacturing cresce
di Luca Bastia

26 Advanced Planning Systems
SUPPLY CHAIN trend attuale ed evoluzione
di Francesco Centro

28 Pmi, la parola d'ordine è innovare
INNOVAZIONE E investire come le grandi aziende
di Nadia Anzani

34 Omnichannel e customer experience
EVENTO al centro di FashionAble World 2016
VENISTAR di Edoardo Crimi

36 Estilos e i supereroi del XXI secolo
BIG DATA Ecco chi sono i Big data Scientist
SCIENTIST a cura della Redazione

40 Il grande freddo della deflazione
SCENARI Per crescere servono le riforme
MACROECONOMICI di Carolina Parma

44 Il vero significato di Industry 4.0
INDUSTRY 4.0 Quali impatti avrà sulle aziende
di Veronica Peressotti

48 ELeadership: competenze digitali
DIGITAL per i manager delle aziende
MANAGEMENT di Paolo Pasini

54 Il cyber crime evolve di continuo
SPECIALE e l'azienda estesa presta il fianco
SICUREZZA a cura della Redazione

62 Innovazione, design e made in Italy
LE AZIENDE Il freddo hi-tech che piace all'estero
DEL MESE di Dario Colombo

65 La digital transformation al centro
INTERVISTA del Social Business Forum 2016
di Luca Bastia

69 ISizeYou e Piacenza Cashmere:
LE AZIENDE sinergia nella customer experience
DEL MESE di Luca Bastia

72 a cura della Redazione
I LIBRI DEL MESE

ESTE

Direzione, Redazione, Amministrazione,
Pubblicità:
E.S.T.E. Srl, via Arnaldo Vassallo 31,
20125 Milano, tel. (02) 91.43.44.00,
fax (02) 91.43.44.24, E-mail: info@este.it

Direttore Responsabile – Chiara Lupi
chiara.lupi@este.it

Redazione
Dario Colombo: dario.colombo@este.it
Luca Bastia: luca.bastia@este.it
Valentina Casali: valentina.casali@este.it

Grafica e impaginazione – Antonello Faccini
antonello.faccini@este.it

Abbonamenti – Daniela Bobbiese
Tel: 02.91.43.44.00 – Fax: 02.91.43.44.24
abbonamenti@este.it

Pubblicità – Andrea Bobbiese
info@este.it

Fotografie e illustrazioni
Diego Alto – Fotolia

COMITATO SCIENTIFICO:
Romeo Bandinelli - Roberto Bugatti
Lucio Cassia - Sergio Cavalieri
Alfredo De Massis
Gabriele Faggioli
Giorgio Merli - Roberto Montanari
Paolo Pasini - Angela Perego
Marco Perona - Roberto Pinto
Roberta Raimondi - Mario Rapaccini
Rinaldo Rinaldi - Antonio Rizzi
Marco Taisch - Sergio Terzi

Diffusione: la rivista viene distribuita
esclusivamente in abbonamento

Abbonamento annuale: Italia € 150,00
Estero € 225,00

Periodicità: dieci numeri mensili ordinari.
Conto corrente postale N. 464271

Copie arretrate: € 18,00 + € 4,00 spese di
spedizione si possono richiedere al Servizio
abbonamenti, salvo esaurimento delle scorte.

Copie di saggio: gli interessati alla
sottoscrizione di un abbonamento o alla
pubblicazione di inserzioni pubblicitarie
possono richiedere copia al Servizio
abbonamenti.

Spedizione: Poste Italiane Spa - Spedizione
in abbonamento Postale - D.L. 353/2003
(conv. in L. 27/02/2004 n. 46) art. 1,
comma 1, DCB Milano, Registrazione presso
il Tribunale di Milano N. 3615 del 21/1/1955
Stampa: Grafica Metelliana S.p.A. - Via Gaudio
Majori, Zona Ind. - 84013 Cava de' Tirreni (SA)

Quando la distillazione è nel Dna La tradizione che porta al successo

Rispetto per la storia e il territorio. Innovazione. E 100% metodi artigianali. Questi gli ingredienti vincenti di Nonino. La distilleria friulana conosciuta in tutto il mondo. Africa compresa.

Intervista ad Antonella Nonino, Amministratore Delegato e Responsabile delle Relazioni Esterne e Marketing di Nonino

di Nadia Anzani

Senza storia non c'è futuro. Questo in Nonino distillerie lo hanno capito molto bene tanto da averne fatto uno dei pilastri su cui si fonda il successo dell'azienda di Percoto, piccolo centro poco a Sud di Udine, sul mercato dal 1897.

Passione, grinta, tradizione, amore per il territorio, innovazione e cultura sono le leve che hanno fatto di questa impresa familiare il sinonimo di qualità nel mondo. Grazie a loro, infatti, la grappa ha avuto un positivo riposizionamento, passando da alcolico di serie B – prodotto da vinacce, residuo della vinificazione – a distillato raffinato, amato dagli opinion leader di tutto il mondo.

L'anno della svolta è stato il 1973 quando Benito e Giannola Nonino, a seguito di anni

di prove e sperimentazioni, ebbero l'intuizione di distillare solo le vinacce di uve del vitigno Picolit (e non più mescolando tante varietà di vinaccia come fino ad allora veniva fatto), subito dopo la fermentazione, servendosi del loro alambicco artigianale discontinuo. Il Monovitigno fu l'inizio della rivoluzione Nonino in cui un ruolo importante di divulgazione lo giocò anche Luigi Veronelli, tra le figure centrali nella valorizzazione del patrimonio enogastronomico italiano.

Oggi nell'azienda c'è la quinta generazione: Antonella, Cristina ed Elisabetta, figlie di Benito e Giannola, una coppia di ferro ancora al timone della società, che ha saputo tramandare alle eredi la giusta dose di grinta e competenza per guidare l'azien-

ANTONELLA NONINO

Antonella Nonino è Responsabile delle Relazioni Esterne e Marketing dell'azienda di famiglia e del Premio Internazionale Nonino, riconoscimento culturale, letterario ed enogastronomico nato 41 anni fa. Segue alcuni mercati esteri, tra cui Germania, Regno Unito e il mercato asiatico. In azienda al suo fianco, oltre ai genitori Giannola e Benito, ci sono le sorelle: Elisabetta, Direttore Amministrativo dell'azienda, Responsabile delle Risorse Umane e dei mercati russo, nord-americano, brasiliano e Cristina, Responsabile della distillazione e del commerciale sul mercato italiano. Tutte e tre le sorelle ricoprono anche il ruolo di Amministratore Delegato della società.



Le grappe Monovitigno e Riserva invecchiate in barriques e piccole botti, 0% coloranti

da con determinazione e tenere testa ai mercati internazionali. E finora non hanno deluso le aspettative: basti dire che in un periodo in cui i consumi hanno viaggiato a testa in giù, con i suoi 35 dipendenti di cui 24 donne, l'azienda di Grappe ha chiuso il 2015 con un fatturato di circa 14,5 milioni di euro e il primo quadrimestre 2016 ha un andamento positivo in crescita. "Questo grazie anche alla forte presenza che abbiamo all'estero", dice Antonella responsabile dell'ufficio marketing e comunicazione. "Il 50% del fatturato è realizzato sui mercati esteri. A oggi esportiamo in 59 Paesi al mondo, l'Eurozona e il Nord America sono tradizionalmente le aree più importanti, ma stiamo andando bene anche in Sudafrica, per esempio, e pure in Ruanda e Angola".

La grappa in Africa è una sorpresa...

Vero, ed è una sorpresa anche per noi: nel mondo globalizzato è importante esplorare tutti i mercati e l'Africa è un Continente molto interessante.

Del resto la vostra grappa è unica. Quali sono stati gli step che vi hanno portato a essere i numeri uno del settore?

Ricerca e innovazione in primis e una distillazione 100% con il metodo artigianale le cui fasi di produzione sono seguite personalmente dai membri della famiglia. Un lavoro rigoroso che ci ha portato alla crea-

zione della Grappa Monovitigno nel 1973 e nel 1984 alla creazione del distillato d'Uva UE (l'Autorizzazione ministeriale alla distillazione dell'uva è concessa su specifica richiesta delle distillerie Nonino). In un'epoca in cui il profitto sembra essere la misura dominante di ogni successo, l'obiettivo della nostra famiglia non è mai stato il guadagno, ma l'impegno per il miglioramento continuo, per la ricerca esasperata della qualità, per l'innovazione, per la produzione della migliore grappa del mondo, nel rispetto della tradizione, del territorio e della sua cultura.

Principi che i nostri genitori hanno ereditato dalle loro famiglie e che noi sorelle abbiamo respirato fin da bambine.

Come li avete tradotti in pratica?

Il nostro processo produttivo è unico e consiste nel raccogliere le vinacce fresche il giorno stesso in cui vengono pressate, e nel farle fermentare immediatamente in tini di acciaio. Alla fermentazione segue immediata distillazione in alambicchi discontinui a vapore creati da nostro padre Benito. Ciò vuol dire un investimento in termini di energie e di attrezzature notevole perché per portare avanti questo metodo unico di produzione abbiamo realizzato cinque distillerie artigianali tutte sotto lo stesso tetto. Se parliamo di grappe invecchiate, i distillati Nonino seguono un invecchiamento naturale in barriques e piccole botti

sotto controllo permanente dell'agenzia delle dogane e vengono imbottigliati senza aggiunta di coloranti.

Una produzione a chilometro zero ante litteram...

Esattamente, ma anche un modo per valorizzare il nostro territorio e farlo conoscere in tutto il mondo. Perché con l'innovazione del Monovitigno Nonino, la nostra famiglia ha fatto conoscere e apprezzare la grappa e i vitigni del Friuli in tutto il mondo anche se all'inizio per i nostri genitori non è stato facile convincere i viticoltori a separare le vinacce vitigno per vitigno visto che per loro era solamente una perdita di tempo in un momento molto impegnativo di lavoro come la vendemmia. Ma noi per distillare il Monovitigno avevamo bisogno di ritirare le vinacce separate.

In che senso?

I miei genitori avevano capito che per avere una grappa di alta qualità bisognava partire innanzitutto da una materia prima fresca. Ciò significava stabilire un rapporto continuativo con i fornitori: come ho già ricordato i produttori erano restii a fornirci le vinacce dell'uva Picolit separate dalle altre; non erano abituati a una procedura del genere e storcivano il naso e mia madre per convincerli arrivò a pagarle 15 volte in più il costo della vinaccia normale. La nostra è un'attività di trasformazione di un prodotto agricolo e quindi il rapporto con la terra è vitale: dal 1989 abbiamo anche

piantato una vigna tutta nostra a Buttrio per avere uve coltivate per la distillazione e produrre grappe di altissima qualità.

Mai pensato di diversificare nel vino visto che avete una vigna vostra?

Potrebbe essere interessante e a dire il vero stiamo testando la qualità del vino prodotto nella nostra tenuta con assaggi e prove. Ma non siamo andati oltre. Anche perché al momento siamo molto coinvolti nel nostro core business e questo ci richiede parecchie energie. Basti dire che seguiamo in prima persona tutta la produzione e tutte le attività per far conoscere i nostri distillati.

Che consistono in che cosa?

Degustazioni, presentazioni anche all'estero dei nostri prodotti. Fare cultura del prodotto, spiegarlo in prima persona, soprattutto oltrefrontiera, è stata una scelta importante per la nostra crescita. E poi la nostra azienda è sempre aperta a chi vuole conoscere la grappa, assaggiarla, vedere il processo di lavorazione. La gente deve capire cosa c'è dietro la qualità dei nostri prodotti. Conoscere le persone che ci lavorano, guardare negli occhi i Nonino.

Metterci la faccia insomma...

Certo. Far capire al mercato che dietro al prodotto c'è una famiglia è sempre stato importante. Non a caso nel 1989 mia madre chiese a Oliviero Toscani di fare una foto a tutta la famiglia con in mano una



La fase del taglio della testa della distillazione con metodo artigianale delle Grappe Nonino



Le sorelle Nonino nelle cantine d'invecchiamento: da sinistra Cristina, Antonella ed Elisabetta

bottiglia di grappa. L'obiettivo era quello di personalizzare il prodotto, dargli un'anima, fare in modo che venisse abbinato a dei volti. E fu un successo.

Strategia che poi fu seguita da altri imprenditori.

Esatto. Nostra madre è stata antesignana della comunicazione diretta. Far conoscere i valori dietro al quale nasce il prodotto, che nel nostro caso sono tradizione, qualità, storia e famiglia. Conoscere a fondo le proprie radici è importante anche per proseguire su una strategia di marketing che rifletta la storia propria della Nonino e faccia cultura della distillazione dando informazioni trasparenti sulla grappa.

Quanto investite in ricerca e sviluppo ogni anno?

Il 4,5% del fatturato. Ma ritengo importante ricordare che la nostra famiglia ha sempre reinvestito gli utili in azienda, per renderla solida e poter continuare a investire e fare innovazione.

Quali sono gli ultimi prodotti nati a marchio Nonino?

Grappa Nonino AnticaCuvée, una riserva unica invecchiata in botti e barriques per

cinque anni distillata con metodo artigianale e imbottigliata senza aggiunta di coloranti.

Quanto è importante la trasparenza con il cliente finale?

La trasparenza è indispensabile e l'etichetta dovrebbe riportare tutte le informazioni sul prodotto: su come viene distillato e da chi. Purtroppo in Italia non esiste una regolamentazione della produzione tanto che ci sono moltissimi imbottiglieri che si propongono come produttori, ma in realtà acquistano la grappa già pronta.

Avete innovato molto anche sul fronte della comunicazione legando il vostro brand a un premio diventato sinonimo di cultura e non solo in Italia. Come è nata l'idea?

Il Premio Nonino è nato nel 1975 con l'obiettivo di salvare una serie di vitigni autoctoni friulani in via di estinzione. I nostri genitori decisero di istituire un riconoscimento in denaro per chi coltivava questi vitigni e per promuoverne la coltivazione anche se ciò si scontrava con legge del tempo. L'iniziativa voleva portare l'attenzione sul tema per ottenere il riconoscimento dei vitigni autoctoni e l'autorizzazione al reimpianto. Infatti tre anni dopo riuscirono a ottenere

l'autorizzazione della Comunità europea al reimpianto di Schioppettino, Tazzelenghe, Pignolo a cui si aggiunse la Ribolla Gialla, vitigni oggi fiori all'occhiello della viticoltura Friulana. Nel suo Dna il Premio Nonino ha una forte valenza sociale e di valorizzazione della civiltà contadina e del territorio.

Poi però è stato esteso all'ambito culturale e negli anni avete addirittura anticipato cinque nomine al Nobel...

Sì, nel 1977 al Premio Tecnico si è aggiunta la sezione letteraria, con Mario Soldati presidente della giuria. Quest'anno siamo arrivati alla 41esima edizione. La giuria del premio internazionale, oggi presieduta da Vidiadhar Surajprasad Naipul, Nobel per la Letteratura nel 2002, e composta da Peter Brook, Edgar Morin, Antonio Damasio, John Banville, Claudio Magris e Ermanno Olmi (solo per ricordare alcuni nomi) ha consegnato il Premio Internazionale al romanziere-filosofo svedese Lars Gustafsson, il premio *Un maestro del nostro tempo* al sociologo francese Alain Touraine e il Premio Nonino al progetto Nati per leggere che promuove la lettura per i bambini fino a sei anni. Mentre il premio tecnico *Nonino Risit d'Aur* è andato a Marco Simonit e Pierpaolo Sirch, "Preparatori d'Uva", che hanno ideato una innovativa potatura manuale della vite e sono riconosciuti a livello internazionale. Simonit e Sirch, con la loro splendida squadra, hanno in mano alcuni tra i vigneti più importanti del mondo. Persone uniche che trattano le vigne con il cuore e tanta passione.



Giannola Nonino con la Grappa Monovitigno Moscato



Benito Nonino in distilleria

Un po' come la vostra famiglia, sempre forte e unita. Mai litigato?

Discutiamo molto, ma in modo costruttivo e ci auguriamo che continui così. La forza della nostra famiglia sta nell'avere un sogno condiviso che va al di là del lavoro: fare la grappa più buona del mondo a cui si aggiunge una conoscenza forte dell'arte della distillazione della grappa e una tradizione che vogliamo tramandare alle nuove generazioni. La grappa è parte della famiglia e siamo felici quando viene apprezzata sulle tavole in tutto il mondo.

Vantaggi e svantaggi di lavorare gomito a gomito con la propria famiglia?

Il vantaggio è che ci sono più idee. La difficoltà sta nel trovare una visione condivisa da portare avanti. Ma la cosa migliore è vivere tutto come una conquista per il bene dell'azienda. Per questo nonostante le molte discussioni alla fine si arriva sempre a una decisione da portare avanti, giorno per giorno, con determinazione, come ci hanno insegnato i nostri genitori.

Rispetto ed etica, insomma, come chiami per transitare con successo in questa epoca così priva di punti di riferimento per tutti, imprenditori compresi, come sottolinea Alain Touraine uno dei vostri premiati...

Sì, senza dimenticare la creatività e le nostre radici.