

23 Luglio 2014

Progetti Territoriali, una leva per le imprese

Con seminari e consulenze, Bergamo Sviluppo supporta il sistema produttivo ed economico di Val Seriana, Val Brembana, Valle Imagna e Pianura Bergamasca



Bergamo Sviluppo, grazie al finanziamento della Camera di Commercio, e in collaborazione con tutte Organizzazioni di categoria del territorio, sta realizzando l'iniziativa "Progetti Territoriali", finalizzata a favorire lo sviluppo del sistema produttivo ed economico provinciale, in particolare di quello dei territori della Pianura Bergamasca, della Valle Seriana, della Valle Brembana e della Valle Imagna. "Il progetto, che rispetto allo scorso anno coinvolge anche la Valle Brembana - sottolinea il Presidente di Bergamo Sviluppo Angelo Carrara -, ha un duplice obiettivo: supportare un campione di imprese attive nei territori coinvolti, attraverso consulenze personalizzate gratuite o iniziative di tipo seminariale, e favorire la creazione d'impresa, perché su tutti i 4 territori sono previste attività formative per aspiranti imprenditori. Questa iniziativa, che ci porta al contatto diretto con i territori, può aiutare le imprese, in un momento che continua ad essere di difficoltà, ad intraprendere percorsi di sviluppo e/o di rilancio competitivo". E il progetto sembra essere andato incontro proprio alle esigenze delle imprese. "Infatti - prosegue Maria Teresa Azzola, delegata all'innovazione per Bergamo Sviluppo - si prevedeva di poter assegnare ore di consulenza a 57 imprese dei 4 territori, ma le 101 domande pervenute

ci hanno portato a richiedere alla Camera di Commercio fondi integrativi per riuscire a seguirne un numero maggiore, 71, selezionate rispettando i principi di eterogeneità dei settori, dimensione e forme giuridiche diverse, così da avere aziende rappresentative del territorio". "Questo è un progetto – prosegue il direttore dell'Azienda Speciale Cristiano Arrigoni – che ci occupa tutto l'anno: abbiamo iniziato l'animazione sui 4 territori tra febbraio e marzo, realizzando 6 focus group propedeutici alle attività successive. Dopo la selezione delle 71 imprese sono stati realizzati i relativi check-up, per definire gli ambiti di consulenza da assegnare a ciascuna e poter quindi individuare i consulenti da coinvolgere. Adesso il progetto sta procedendo in modo parallelo: svolgimento delle attività seminariali/formative sui diversi territori, destinate sia ad aziende sia ad aspiranti imprenditori, ed erogazione delle consulenze mirate alle 71 imprese selezionate, che entro la fine dell'anno beneficeranno di 1775 ore di consulenza, in media 25 per ognuna".

Sant'Omobono Terme

Jolly Market, l'“arte” di fidelizzare i clienti

I negozi di vicinato hanno la capacità di presidiare il territorio e assicurare la fornitura di un servizio che, oltre a fare mercato, risulta fondamentale per armonizzare il tessuto socioeconomico locale. Alda Locatelli si divide tra il supermercato Jolly Market "Fresco Mio" di Sant'Omobono Terme e il minimarket che serve la zona di Selino Alto, unico punto di acquisto e riferimento della frazione che conta 500 abitanti. Proprio questo piccolo negozio è censito come attività storica e apparirà in un volume dedicato all'economia locale che la Regione sta approntando per Expo 2015 nell'ambito del progetto di rilancio dei negozi storici lombardi.

“L'attività esiste dal 1927, ed è stata fondata da mio zio. Vi ho lavorato come commessa e poi sono subentrata nel 1997 rilevandola – racconta la titolare -. Ho aperto il secondo punto vendita "Fresco Mio" nel 2009 con la collaborazione di mio marito, per anni venditore ambulante di oggetti artigianali in legno. La nostra è una clientela fidelizzata, potendo offrire anche il servizio a domicilio, utile soprattutto alle persone anziane. Ho partecipato al seminario sulle ricerche di mercato e identificazione dei clienti, tenutosi a Sant'Omobono Terme, perché mi piace tenermi aggiornata e anche perché incuriosita dalla tematica. Sono a conoscenza di strumenti nuovi per promuoversi sul mercato, come i social network. Per quanto mi riguarda, la sola presenza sul portale vallimagna.com vale come indicazione e promozione. Un turista può collegarsi a internet e arrivare facilmente a noi. Nel seminario si è parlato di tanti aspetti legati alla tecnica per richiamare l'attenzione dei clienti e fidelizzarli. Per quanto riguarda i nostri clienti, la prima regola è trattarli bene, con gentilezza e pazienza”.

Il market di Sant'Omobono sfrutta bene la posizione e d'estate richiama clientela turistica. Oltre a prodotti freschi, alimentari in genere e prodotti per la casa, si vendono anche sali e tabacchi, ricariche telefoniche, gratta e vinci. Occupa tre commesse. Due invece quelle occupate a Selino Alto. “Non c'è solo il cliente a cui badare. Bisogna prestare attenzione alla ricerca del fornitore, che deve offrire le dovute garanzie di qualità, genuinità, freschezza e puntualità. Mi riferisco soprattutto a salumi, formaggi, frutta e verdura. Qualcuno si serve da noi da vent'anni e possiamo quindi considerarlo fidelizzato” – conclude la signora Alda, che ha portato al seminario territoriale di Bergamo Sviluppo anche un po' della sua esperienza.

Canonica d'Adda

TibiBio, ecco i ganci biodegradabili per vitigni

A Nicola Tibaldi, titolare insieme al fratello Dario della TibiBio di Canonica d'Adda, è bastato leggere la newsletter di Bergamo Sviluppo per capire che il seminario sull'innovazione sarebbe stata un'occasione per venire a conoscenza di qualche elemento di novità o semplicemente confrontarsi. La sua prima partecipazione a un evento del genere ha lasciato uno strascico positivo e motivante. Stiamo parlando di una figura imprenditoriale a capo di un'azienda giovane, specializzata nello stampaggio di materie plastiche. Laureato da poco più di un anno in Scienze Sociali per la Globalizzazione nell'ambito del corso accademico di Scienze Politiche, Nicola Tibaldi sa bene quanto sia importante non

tralasciare le opportunità ogni qualvolta ci sia di mezzo il tema dell'innovazione.

“Nasciamo come branca dell'azienda di famiglia che fa capo a nostro padre e produce da contoterzista – spiega -. Siamo una piccola divisione, ma già consolidata. Acquistiamo la materia prima certificata dal Canada attraverso un fornitore italiano. I nostri articoli sono ecosostenibili e adatti a molteplici impieghi. Produciamo principalmente per il settore agricolo: siamo specializzati nella fabbricazione di ganci utilizzati nella viticoltura e nelle coltivazioni in serra. Impieghiamo materiale biodegradabile adattato alle esigenze dei nostri clienti. E' naturale che la nostra azienda abbia a che fare con il discorso dell'innovazione. Dopo il percorso accademico ho colto la possibilità di partecipare a questo seminario, riscontrando l'ottima preparazione del docente e la sua capacità di comunicazione. Un'occasione di approfondimento breve, ma di cui fare tesoro. Siamo fornitori nel settore agricolo, in cui imperano i metodi tradizionali, ma comunque soggetto a margini di miglioramento e all'introduzione di nuove soluzioni”.

Nell'azienda, certificata Iso 9001-2008, insieme a Nicola operano il fratello Dario e quattro collaboratori. Lo stampaggio avviene con una dozzina di presse a iniezione, che vanno dalle 40 alle 220 tonnellate di potenza, da cui fuoriescono oggetti piccoli (i ganci per vitigni) o più grandi (come il classico portaoggetti). E per la vendita non c'è solo il mercato italiano. TibiBio esporta anche in Spagna e ha messo nel mirino il Cile e, recentemente, l'Australia, dopo aver partecipato alla missione imprenditoriale promossa dalla Camera di Commercio di Bergamo a Melbourne.

Leffe

Turismo, l'App che va oltre l'Expo

Giovane, neolaureata e intraprendente. Ma altrettanto attenta e prudente per essere sicura di fare le cose per bene. Ecco il profilo di Ilaria Pisoli, architetto attualmente al lavoro in uno studio di Milano, che ha partecipato al seminario promosso da Bergamo Sviluppo a Leffe per fornire un aiuto concreto a chi è interessato a “mettersi in proprio”. Un intervento orientativo dedicato ad aspiranti imprenditori.

“Ho aderito insieme alla mia amica Anna, anche lei architetto che lavora in un'agenzia di comunicazione ed eventi, con la quale condivido un progetto pratico e ambizioso che ci lega ad altre due coetanee, una laureata in storia dell'architettura, l'altra laureanda all'Università Cattolica di Milano – spiega Ilaria -. Vorremmo costituire una società di professionisti per dare corso alla nostra idea di sviluppare un'applicazione per il turismo. Per tale motivo abbiamo preso con noi un programmatore, che ha sviluppato una versione beta, ovvero il concept di tale applicazione. Ci siamo attivate partecipando a una serie di bandi e concorsi. Abbiamo ottenuto un periodo di tutoraggio dalla Cattolica per lo sviluppo del business plan e partecipato con PopApp Tour a Start-up live a Bergamo”.

L'opportunità si è presentata allo sportello camerale, che ha messo a conoscenza del seminario “Mettersi in Proprio”, svoltosi il 10 maggio scorso. Ilaria e Anna hanno seguito l'intera giornata, dedicata nella prima parte al business plan e al business model e nella seconda alla costituzione di una società.

“Il seminario è stato molto utile: partivo da una conoscenza abbastanza limitata degli aspetti organizzativi e ho potuto trarre vantaggio in termini di nuove conoscenze e suggerimenti – riconosce Ilaria -. Si è trattato di un importante momento di confronto”.

“L'idea dell'applicazione è stata legata inizialmente all'architettura, con l'obiettivo di proporre tour virtuali dei monumenti più importanti delle città italiane. Poi abbiamo deviato su un'App più legata al turismo. Vorremmo sfruttare l'appuntamento di Expo 2015 per puntare alla valorizzazione del territorio di Bergamo, della cultura enogastronomica, del cibo e delle specialità locali. Siamo ancora in fase di studio, un vero e proprio work in progress. Siamo impegnate a reperire i contenuti da inserire nell'applicazione. L'auspicio è riuscire ad essere pronti prima di Expo. Il nostro obiettivo è rendere il format replicabile ovunque. Pensiamo che i ricavi possano derivare da banner pubblicitari, partnership con ristoratori, venditori e produttori di specialità gastronomiche locali”.