



snews



24

il magazine
del Gruppo

SAEF 2022

SAEF, UN ANNO DA “GRUPPO.”

Opportunità, progetti,
storytelling di persone
e aziende...

il nuovo magazine Saef

 **SAEF**
+ valore con le tue persone

 **SAFINANCE**
+ risorse per la tua impresa

SEI pronto AD ESSERE format

SAEF sa come rispondere alla domanda di sviluppo di competenze per la tua azienda

SAEF offre risposte complete a tutte le tue esigenze sia in tema di compliance aziendale, **sicurezza** sul lavoro, rispetto dell'**ambiente** e **privacy** sia in tema di **formazione** attraverso lo sviluppo e la crescita di nuove competenze. **Scopri come gestire in modo efficiente e strategico le tue risorse, vai su saef.it**

FORMAZIONE

SICUREZZA

SERVIZI AMBIENTALI

saef.it

SAEF è parte di SAEF GROUP



snews



A cura di **Paolo Carnazzi**
Presidente del Gruppo SAEF



Per il Gruppo SAEF subito una grande prova e non poteva esserci momento migliore

È forse solo nella tempesta che si vedono le qualità dei capitani, di tutto l'equipaggio e la solidità della nave. Pensavamo e ci auguravamo di avere superato la tempesta della pandemia e invece il cielo si è fatto di nuovo buio, oscurato dalla crisi internazionale legata al conflitto in Ucraina e alle sue conseguenze. Tutto, dalle materie prime ai costi energetici, ha avuto un balzo in avanti, spiazzando a volte i nostri sistemi amministrativi e le nostre aziende. Perché è accaduto in maniera maledettamente veloce. Il mondo imprenditoriale, preso in contropiede è stato colpito in maniera più o meno forte a seconda dei settori. Il nostro Gruppo ha vissuto questa nuova tempesta proprio nel momento in cui ha deciso di ristrutturarsi, suddividendo l'operatività su due realtà aziendali e due sedi. **E ci siamo trovati a divenire ancora più fondamentali per le imprese nostre clienti.** Sui temi finanziari è stato sostanzialmente

immediato: la richiesta di liquidità, la domanda di strumenti agevolativi in grado di non pesare troppo sulle finanze aziendali... abbiamo dato risposte a centinaia di esigenze, limitando l'impatto di questo periodo. Sul tema della persona l'approccio è stato lo stesso: le imprese, quando fuori è tempesta, si stringono attorno ai loro valori perché **la tempesta viene domata e contrastata ripartendo dalle persone** (adeguatamente formate e coinvolte) **e dall'organizzazione.** Questa nostra ristrutturazione aziendale non poteva accadere in un momento migliore: ci ha messi alla prova fin da subito, ci ha fatto crescere, ci ha spinti a dare il meglio di noi stessi. Poi i venti perderanno forza, le onde torneranno calme e le vele si potranno nuovamente spiegare all'orizzonte, ma a tutti noi rimarrà una consapevolezza: quando si sconfigge una tempesta, non c'è più temporale che possa fare timore!



SAEF srl

Via Borgosatollo 1, 25124 Brescia
t 030.3776990 f 030.3776989
info@saef.it **www.saef.it**

SA FINANCE

Via Stassano 29, 25125 Brescia
t 0303540104 info@safinance.it
info@agevola.it **www.safinance.it**

Le aziende del Gruppo SAEF non si assumono alcuna responsabilità derivante dalla riproduzione e/o utilizzo da parte di terzi di materiale contenuto nella presente pubblicazione.

00 SAEF dossier

"Il Paese di domani ha bisogno di riforme strutturali, la Lombardia può esserne il motore"

01 focus group

Valori, freschezza, velocità e coraggio... i primi mesi del Gruppo SAEF!

02 rete d'impresa

IOBO, la rete che lancia la sfida alla digitalizzazione

03 SAEF professional

La divulgazione come opportunità per i consulenti del lavoro

04 umanesimo e mondo dell'impresa

L'umanesimo come perno imprescindibile per l'azienda moderna

05 inside SAEF

Commerciali in crescita: formazione e tirocinio per creare i venditori di... oggi!

06 case history

Iperal, una collaborazione in crescendo continuo

07 case history

I valori aggiunti della collaborazione con SA Finance

08 con il sostegno di SAEF

"Edith, una ballerina all'inferno" vince l'Impact Award 2022 a Giffoni. Anche SAEF fra i sostenitori



SAEF
dossier

“IL PAESE
DI DOMANI
HA BISOGNO
DI RIFORME
STRUTTURALI,
LA LOMBARDIA
PUÒ ESSERNE
IL MOTORE”



Il PNRR è oggi uno degli strumenti di sviluppo più importanti per un territorio e ci dimostra quanto importante sia il ruolo dell'Unione europea nei percorsi di crescita del continente.

Il consigliere regionale Gabriele Barucco ha assunto da pochi mesi la qualifica di **sottosegretario ai rapporti con le delegazioni internazionali di Regione Lombardia**, dopo avere svolto gran parte del mandato interessandosi dell'ambiente e firmando la legge relativa alle comunità energetiche, in seguito alla quale più volte ha partecipato a eventi promossi da Enti Locali ed imprese. Abbiamo chiacchierato con lui a largo raggio di temi di attualità, dal PNRR al futuro dell'energia. "Il nuovo ruolo che ho potuto assumere è bello e stimolante, perché mi dà la possibilità di confrontarmi con l'esterno e con il mondo internazionale". E in questa fase amministrativa uno degli stimoli più interessanti è proprio legato al **Piano Nazionale di Ripresa e Resilienza**, di cui una missione si

collega al tema quantomai attuale dell'energia: **"Il PNRR destina 2.2 miliardi di euro alla creazione delle comunità energetiche"**, associazioni composte da enti pubblici, aziende, attività commerciali o cittadini privati, i quali scelgono di dotarsi di infrastrutture per la produzione di energia da fonti rinnovabili e l'autoconsumo attraverso un modello fondato sulla condivisione. "Nonostante i fondi stanziati da Regione Lombardia vadano restituiti, **grazie a questi è possibile svolgere investimenti importanti** con il vantaggio di poter contare su risorse certe. Le comunità energetiche possono essere realizzate nei comuni sotto i 5 mila abitanti, dove anche i rapporti fra amministrazioni e popolazione sono molto diretti. Io ho sempre visto i comuni come un veicolo di

divulgazione di questa opportunità che poi può coinvolgere un ampio numero di soggetti, dalle pubbliche amministrazioni ai soggetti privati, alle aziende, incluse le grandi realtà". Barucco è stato relatore della legge regionale in materia: "Abbiamo recepito ciò che di buono, secondo noi, era contenuto nella normativa nazionale e lo abbiamo portato sul territorio mettendo a disposizione dei comuni lombardi un centro di comunicazione, di formazione tecnica e giuridica per poter svolgere studi di fattibilità. Da non dimenticare che la legge regionale prevede un numero consistente di risorse a fondo perduto per la progettualità comunale. Sono orgoglioso di essere stato il primo firmatario di questa legge". Sempre sulle declinazioni del PNRR, ma in senso più generale... "Il PNRR è oggi uno



degli strumenti di sviluppo più importanti per un territorio e ci dimostra quanto importante sia il ruolo dell'Unione Europea nei percorsi di crescita del continente. Personalmente mi auguro che tutti i progetti compresi nel piano siano portati a termine anche se oggi combattiamo con alcune problematiche di non facile risoluzione". Il riferimento è al momento storico che stiamo vivendo, sospeso fra l'incertezza e le lacune ormai strutturali del Paese. "Oggi il problema è la mancanza di manodopera qualificata e a questo problema bisogna obbligatoriamente dare una soluzione. È necessario **ridurre l'assistenzialismo e fare investimenti in settori strategici, come quello della digitalizzazione.** Bisogna poi guardare alla competitività come strumento chiave per l'evoluzione del nostro sistema economico e imprenditoriale". E in tutto questo **un ruolo fondamentale lo avranno i giovani:** "Purtroppo partiamo da una criticità. Siamo una nazione non giovane, facciamo pochi figli. Forse abbiamo paura. Ma oggi il giovane che fa la scelta

"È necessario guardare alla competitività come strumento chiave per l'evoluzione del nostro sistema economico e imprenditoriale".

giusta può ottenere posizioni professionali di livello. Dobbiamo rivedere il sistema di istruzione non escludendo percorsi di studio di respiro più lungo degli attuali. Io sono convinto che un giovane che vuole investire sul proprio futuro in maniera seria, oggi può farlo e può cogliere obiettivi importanti". Anche in un ambito tradizionalmente forte come quello turistico: "Ogni anno nella sola Lombardia contiamo oltre 16 milioni di ingressi da parte di turisti. Di fronte a questi numeri appare chiaro come non sfruttiamo appieno la potenzialità turistica del nostro territorio che

significherebbe facile attrazione di capitali stranieri. Il tema non riguarda tanto gli ingressi quanto le presenze: l'obiettivo è quello di creare un sistema che possa trattenere nel territorio le persone più a lungo di quanto oggi avviene, moltiplicando in questo modo le risorse che si riverserebbero sul territorio stesso. Credo che una delle strade sia legata alla digitalizzazione del settore". Impossibile non chiudere con un accenno al mondo dell'impresa: **"Le aziende devono essere il vero focus di attenzione dell'azione amministrativa,** perché sono l'elemento cardine delle comunità. Il modo di fare impresa è molto cambiato, stravolto rispetto ad un paio di decenni fa. I competitor delle nostre imprese oggi non sono più fuori di casa, ma sono stranieri. Noi scontiamo ritardi sul piano energetico, sul piano fiscale e sulla manodopera... non possiamo continuare a perdere terreno, servono riforme strutturali che interessino questo sistema. In caso contrario vedremo due effetti: perdita della competitività, erosione di denaro e ricchezze accumulate".





01

focus
group

VALORI, FRESCHEZZA, VELOCITÀ E CORAGGIO... I PRIMI MESI DEL GRUPPO SAEF!



Dall'inizio dell'anno SAEF si è scomposta in un gruppo di aziende e non più in un'unica realtà: una piccola "rivoluzione" che ha portato le due anime di SAEF a dividersi per camminare parallelamente e che, di fatto, ha moltiplicato le opportunità commerciali.

La strada era tracciata da mesi, si era evoluta in profonde riflessioni e attente valutazioni, ma dal 1° gennaio 2022 è divenuta una realtà e – per quanto preparata – tutte le nuove realtà nascondono insidie e incertezze, ma anche notevoli soddisfazioni. Dall'inizio dell'anno, infatti, SAEF si è scomposta in un gruppo di aziende, ciascuna focalizzata su specifiche attività. Il polo dei servizi che la società offre alle aziende in tema di "persone" (sicurezza sul lavoro, formazione e ambiente) ha mantenuto il cappello storico di "SAEF" mentre il polo che offre servizi finanziari (agevolazioni finanziarie e mediazione creditizia) ha raccolto il brand di SA Finance. **Maggiore verticalità nell'offerta, maggiore specializzazione, maggiore incisività nello sviluppo e nell'innovazione.** "Il percorso preparatorio - spiega

Paolo Carnazzi, fondatore di SAEF e oggi Presidente di tutte le società del Gruppo - è stato lungo e studiato nel dettaglio, perché si tratta di un'evoluzione strategica che va accompagnata con la testa, non solo con gli atti formali. Per molti anni (25 esattamente) abbiamo basato la nostra forza sul fatto di essere un unico referente per molti servizi rivolti alle imprese, poi abbiamo capito (grazie anche alle dimensioni raggiunte) che era il momento di specializzarci e di focalizzarci. Saranno i risultati a dirci se la visione è stata premiante, ma fino a questo momento l'impressione è che la scelta sia stata corretta". Una piccola "rivoluzione" che ha portato le due anime di SAEF a dividersi per camminare parallelamente e che, di fatto, **ha moltiplicato le potenzialità da cogliere nel**

mercato. "È apparso chiaro fin da subito che si trattasse anche di un'opportunità in termini commerciali. Potersi focalizzare su una materia specifica (nel caso di SAEF le persone, nel caso di SA Finance le risorse finanziarie) ti dà la possibilità di approfondire meglio l'offerta di servizi e di conoscere il cliente molto più a fondo. Spesso da una specificità nascono opportunità per l'altra perché viene percepito uno stile di fare impresa, perciò possiamo contare sullo stesso risultato che ottenevamo prima della divisione, ma con una maggiore verticalità e focalizzazione". Con un forte accento posto sull'evoluzione giovane del Gruppo: "Quando abbiamo fondato questa società eravamo giovanissimi e qualcuno a quel tempo ci diede fiducia. Una fiducia che noi oggi vogliamo ridare



“Avere assunto la presidenza del gruppo non significa controllare cosa viene fatto nelle società del gruppo, significa piuttosto avere una visione d’insieme che può aiutare a rafforzare le visioni singole, significa avere continuità nello stile di fare impresa e nei valori che l’hanno generata: l’onestà, la professionalità, la correttezza”.

a chi è entrato giovanissimo in questa società, vi ha dedicato molti anni della sua vita professionale e abbiamo ritenuto essere pronto per prendere il timone di una delle società (Sara Mussinelli e Enrico Prata). In questi primi mesi ho notato in loro molta freschezza di approccio, molta energia. Hanno raccolto perfettamente i valori fondanti del nostro Gruppo, perché con quelli sono cresciuti fino ad assumere posizioni di rilievo, e quando hanno avuto ruoli dirigenziali sono stati capaci di mixare quei valori con la loro

visione di impresa giovane e frizzante”. Il tutto in un momento storico in cui **la consulenza alle imprese è divenuta sempre più fattore strategico**: “La consulenza si basa sulla fiducia e quando arrivano i temporali come quelli che stiamo vivendo, quella fiducia diviene ancora più importante. Viviamo in ogni caso un momento di opportunità, soprattutto pensando a strumenti di sviluppo come il **PNRR**, che anche grazie al nostro supporto centinaia di imprese stanno cogliendo. Ma anche **sul tema della persona**

c’è una sensibilità in crescita: formazione e sicurezza sono pilastri del nuovo modello di impresa, che pone la persona al centro”. Valutazioni e impressioni che Paolo Carnazzi vive dall’osservatorio privilegiato della presidenza del Gruppo: “Avere assunto questo ruolo non significa controllare cosa viene fatto nelle società del Gruppo, anzi, ripongono piena fiducia e pieno rispetto nel lavoro degli amministratori che abbiamo incaricato. Significa piuttosto avere **una visione d’insieme** che può aiutare a rafforzare le visioni singole, significa avere continuità nello stile di fare impresa **e nei valori che l’hanno generata: l’onestà, la professionalità, la correttezza**. È un ruolo che mi piace molto”. Una parola chiave per dipingere l’impresa di oggi e di domani? “Ne metterei due. La prima è la **velocità**, perché tutti siamo chiamati a dare risposte quasi immediate e la seconda è il **coraggio** perché tutti, nel mondo dell’impresa come nella vita, per fare grandi cose, siamo chiamati a gettare il cuore oltre l’ostacolo”. ✕



02

rete
d’impresa

IOBO, LA RETE CHE LANCI LA SFIDA ALLA DIGITALIZZAZIONE



Si chiama IOBO, che sta per Ionic Bond, la rete d’impresa che si occupa di transizione digitale.



Si chiama IOBO, che sta per Ionic Bond, riprendendo il legame dell’unione di ioni che dà origine alla materia che prima non c’era. Mette in rete aziende diverse fra loro ma che si uniscono e che danno luogo a qualcosa prima inesistente, ad una finalità comune condivisa in modo da dare luce a qualcosa che mancava: “In questo momento ci sono sei aziende che rappresentano i soci fondatori della rete e poi una serie di imprese partner fra le quali si inserisce anche SA Finance. Si tratta di **aziende che sono entrate nella rete per gestire le strategie**, ricoprendo una sorta di ruolo intermedio. Non hanno sottoscritto il contratto di rete, ma **condividendone i**

valori sviluppano percorsi per verificare se quella modalità di lavoro è affine alla loro visione. Un periodo di conoscenza, una prova non passiva, ma attiva”. A spiegare la formula è Giancarlo Turati, CEO di Fasternet e fondatore della rete IOBO: “**La rete d’impresa si occupa di transizione digitale**. Quasi tutte le aziende hanno come attività specifica questa, ma ci sono anche aziende che sono affini. Il focus è la digitalizzazione, che rimane uno strumento e non un fine, ed è una strada che appare obbligata. Se l’obiettivo è digitalizzare, la strada viene definita dall’azienda in funzione delle sue specifiche condizioni, delle sue caratteristiche. Non è un percorso standardizzato, non è



In Italia ci sono 7300 reti d'impresa che coinvolgono 45 mila aziende, quindi è un percorso ben avviato. Un'esperienza tutta italiana che in UE è guardata con molta attenzione. A maggior ragione in un momento particolare e incerto come quello che stiamo vivendo.

uguale per tutti, ma è una volontà che deve essere espressa dal management: capire l'obiettivo finale e intraprendere la strada giusta per coglierlo. Ecco perché la rete diventa uno strumento efficace, perché comprende una serie di aziende che danno strumenti per raggiungere quell'obiettivo. **Fare rete è fondamentale per dare una gamma di servizi molto vasta,** senza avere l'obbligo di fondersi, senza avere bisogno di avere

un'entità unica, ma lavorando insieme per generare le proposte di prodotti e servizi nuovi. La rete d'impresa è propedeutica all'adozione di nuovi servizi, ma non è vincolante. Quindi è un luogo di pienissima libertà per le aziende, condividendo un obiettivo comune. È una rete molto elastica e molto versatile". Una peculiarità che ripercorre l'esperienza virtuosa delle reti d'impresa nel nostro Paese: "In Italia ci sono 7300 reti d'impresa



che coinvolgono 45 mila aziende, quindi è un percorso ben avviato, anche in funzione di una nuova normativa che prevede la possibilità di assumere una persona che lavora per la rete e che può essere assunta da più aziende della rete. Si tratta di un passo avanti molto importante. **Un'esperienza tutta italiana che in UE è guardata con molta attenzione**". A maggior ragione in un momento particolare e incerto come quello che stiamo vivendo: **"È uno strumento di resilienza,** soprattutto per le PMI. La prima rete di impresa l'ho costituita nove anni fa, quando il mondo imprenditoriale era molto diverso, ma oggi questa formula rappresenta ancora uno strumento validissimo. Se io come azienda non ho la forza di studiare un prodotto nuovo e nella rete c'è qualcuno che può farlo e condivide i miei valori, allora è un successo. La rete non deve avere come obiettivo primario quello di fare business, ma quello di **condividere esperienze, sviluppare nuovi prodotti, sviluppare nuove strategie e investimenti.** Prima bisogna dare, poi si riceve. Entrare in una rete per ricevere e basta non ha senso". Esattamente l'approccio del Gruppo SAEF: "La

presenza di SA Finance la vedo molto bene, per molti motivi. Conosco da anni questa realtà. Per la rete è importante avere uno strumento di quel tipo a bordo, per il semplice motivo che parlando con il cliente e proponendo l'investimento si riesce anche a proporre le modalità di finanziamento di quell'investimento. **SA Finance porta indiscusso valore alla rete.** Anche in termini di autofinanziamento dei progetti di rete è importante poter contare su chi fa questo lavoro e lo fa molto bene". SAEF, pur non rientrando oggi formalmente nei partner della rete, è orientata a trasferire le proprie competenze all'interno del progetto, al fine di dare il proprio contributo ad uno sviluppo sostenibile della rete d'impresa. X





IL POSTO
GIUSTO

03

SAEF
professional

LA DIVULGAZIONE COME OPPORTUNITÀ PER I CONSULENTI DEL LAVORO

Lei è Laura Ferrari ed è un'apprezzata consulente del lavoro, ma il grande pubblico ha cominciato a conoscerla anche grazie alla sua attività di divulgazione, coronata la scorsa stagione con la partecipazione in qualità di "esperta della materia" alla trasmissione **"Il posto giusto"** in onda su **RAI 3**, condotta da Gianpiero Marrazzo. Il coronamento di un percorso iniziato ormai diversi anni fa: "A me è sempre interessato comunicare le norme del lavoro - spiega - perché c'è sempre un po' di ritrosia sulla divulgazione nell'ambito giuslavoristico. Parlando con un amico giornalista venne in mente questa idea di una rubrica per **spiegare facilmente concetti che sembrano a volte difficili**. Sembrava una cosa fuori dal mondo perché solitamente questi argomenti mi parevano avere poco appeal. Invece questa rubrica è durata 8 anni e ha avuto un grandissimo successo. La rubrica si chiamava "professione lavoro" e l'obiettivo era: "cerca di spiegarlo come se stessi parlando a tua nonna, che capisca lei" e devo dire che ci siamo tolti bellissime soddisfazioni". Un'azione preziosa per l'esterno, ma per nulla banale anche all'interno del proprio studio: "È stata una palestra incredibile che mi ha aiutato anche nel mio lavoro interno: trasmettere elementi

×

Lei è Laura Ferrari ed è un'apprezzata consulente del lavoro, ma il grande pubblico ha cominciato a conoscerla anche grazie alla sua attività di divulgazione, coronata la scorsa stagione con la partecipazione in qualità di "esperta della materia" alla trasmissione "Il posto giusto" in onda su RAI 3: il coronamento di un percorso iniziato ormai diversi anni fa.

alle mie collaboratrici, illustrare in maniera semplice alcuni concetti complicati, pur mantenendo una buona professionalità". E dalla radio alla TV la strada è stata breve: "Da quella prima rubrica radiofonica si è aperta una collaborazione con la **Fondazione Studi Consulenti del Lavoro** (sulla web TV di categoria con la rubrica "donne & lavoro") nel periodo del Covid per creare un approfondimento sul binomio "donne e lavoro" al fine di sensibilizzare sul tema delle pari opportunità. Questo mi ha rafforzato in termini di gestione della telecamera e di un linguaggio un po' più discorsivo, meno tecnico. La RAI lo ha visto e ha pensato che potessi essere io a svolgere il ruolo di esperta della materia all'interno del programma "Il posto

giusto" durante il quale si parla di lavoro a tutto campo: da come si può gestire un colloquio, agli strumenti in essere soprattutto per i giovani, ma anche riflessioni sul mondo del lavoro in sé, ad esempio sul tema delle agevolazioni". Il tutto con uno scopo che rimane nobile e divulgativo: "Essere una televisione di servizio: **un'ora alla settimana per dare informazioni utili alle persone**. Se ci si pensa, è veramente molto prezioso. I giovani, ai quali spesso ci rivolgiamo, la TV "tradizionale" la guardano poco, ma l'obiettivo è quello di arrivare alle famiglie. E il **gradimento è molto alto**, io stessa ricevo spesso messaggi da sconosciuti per richieste di ulteriori informazioni o semplicemente per ringraziare. Non ci sono programmi simili in

questo ambito. Per me rappresenta una bellissima esperienza, una bellissima sfida". Con quel pizzico di divertimento e magia che ispirano gli studi televisivi: "Mi sono sentita utile e inoltre ho imparato il linguaggio televisivo, ho appreso i tempi corretti per mantenere l'attenzione. 20 puntate sembravano un'infinità, ma quando ci ho preso la mano... mi sono molto divertita. È stato prezioso anche in termini di gestione del linguaggio: è necessario evitare ogni tipo di giudizio, l'esatto contrario di quel che avviene normalmente, in cui tutti parlano di quello che pensano. A me invece interessava che lo strumento arrivasse ai più, senza giudizi. Anche perché il contenitore televisivo è del Ministero del Lavoro e di ANPAL, quindi è stata anche una grande responsabilità, che ha richiesto puntualità e precisione". Laura Ferrari, che lavora nel contesto bergamasco con uno studio a Clusone e uno nella città capoluogo, non ha dubbi sul futuro di questa professione: "Per me la divulgazione rappresenta una delle opportunità nuove della professione. Io nasco dai social, radio e tv sono arrivate dopo. **L'esserci e il comunicare è oggi fondamentale, indipendentemente dal mezzo.** È importante perché fa conoscere la figura del consulente del lavoro e l'immagine ritorna su tutta la categoria. Aiuta tanti a pensare che la nostra figura possa essere un riferimento per molti

Lo sviluppo moderno della consulenza è la divulgazione. È importante perché fa conoscere la figura del consulente del lavoro e l'immagine ritorna su tutta la categoria. Aiuta tanti a pensare che la nostra figura possa essere un riferimento per molti aspetti di questo mondo.

aspetti di questo mondo. Molte persone ancora non conoscono le caratteristiche vere di un consulente del lavoro. Ci sono tanti privati che, anche nella fretta di un cambio di contratto, anche nelle professioni più basiche, vorrebbero fare valutazioni approfondite e non sanno esattamente a chi rivolgersi. Pensano che il consulente del lavoro sia solo per le aziende, io in realtà sono sorpresa di quante consulenze mi sono state chieste da privati negli ultimi anni". Una figura che cambia, quindi: "Non siamo più solo buste paga, ma siamo consulenti di welfare, di sostenibilità, di gestione delle crisi e dei conflitti. **Ci stiamo orientando per offrire servizi sempre più completi.** Quindi comunicare diventa fondamentale". Un complesso percorso di sviluppo della professione che Laura Ferrari identifica con tre parole chiave: "insieme" (perché non si può pensare di dare un buon servizio da soli), "divulgazione" (perché è necessario comunicare correttamente tutte le opportunità e imparare a comunicare sempre meglio) e "aprirsi" ("io ho iniziato nel 2005 e mai avrei pensato di trovarmi a lavorare con queste modalità nel 2022, ma mi sono aperta a ciò che mi è sembrato utile e di prospettiva). ✕



04

umanesimo
e mondo
dell'impresa

L'UMANESIMO COME PERNO IMPRESINDIBILE PER L'AZIENDA MODERNA

L'umanesimo in azienda appare come un ossimoro: è un dissidio che ho vissuto per molto tempo, ma qualcosa negli ultimi anni è cambiato.

"L'umanesimo in azienda appare come un ossimoro. L'azienda è un business, ci sono regole ferree da rispettare, deve fare profitto, ha uno scopo preciso... l'umanesimo lasciamolo alle accademie e alla dimensione personale. È un dissidio che ho vissuto per molto tempo, ma qualcosa negli ultimi anni è cambiato". Ad affermarlo è Alberto Albertini, scrittore di fama nazionale, umanista e "perno" operativo di una delle aziende più innovative del contesto bresciano: "Quando mi hanno contattato sono rimasto piacevolmente sorpreso; invece, c'è stata piena intenzionalità nell'affidare un passaggio chiave come l'innovazione di un'azienda

ad una persona che si definisce innanzitutto un "umanista". È la dimostrazione che **c'è bisogno di un approccio umano centrato di fronte all'innovazione**, altrimenti può essere pericolosa". E non si parla solo di innovazione: "L'umanesimo in azienda dobbiamo vederlo in due sensi. Il primo: **l'umanista conosce le persone**, nei loro sentimenti ed emozioni, come insegnano le tragedie greche, le prime ad analizzare l'uomo. **Una conoscenza strategica**: infatti le famose soft skill che sono fondamentali nel lavoro, possono essere sviluppate meglio con un approccio umanistico (penso ai conflitti, al lavoro in team, al problem solving, al dialogo e alla



negoziante). Il lavoro in fondo è mediazione: il 90 per cento è meta-lavoro e solo per il 10 per cento lavoro, ovvero la maggior parte del nostro tempo ci serve per creare le condizioni per propiziare il lavoro. Conoscere la persona dal punto di vista emotivo è quindi fondamentale". Il secondo aspetto dell'importanza dell'umanesimo in azienda è un po' più tecnico: "Si tratta della capacità di scrittura.

C'è una grande richiesta di scrittura, per la comunicazione, i Social, il web, i documenti di vario tipo. La comunicazione è per metà immagine e per metà composta da parole. Per l'immagine è un po' più facile, se la azzeccchi parla da sola, ma la scrittura è sempre importante per completare, anzi fondamentale. L'umanista lo vedo anche in questi termini: una persona che in azienda sa parlarti, sa trovare le parole, sa raccontare storie. Noi siamo umani, proprio perché la lingua ci contraddistingue. **Il linguaggio è uno strumento fondamentale di conoscenza.** Chi sa padroneggiarlo avrà un indubbio vantaggio anche in azienda e anche l'azienda ne trarrà grande valore". Quindi tutt'altro che un ossimoro, ma un elemento di intreccio importante e strategico: "L'azienda moderna è quella brava

L'azienda moderna è quella brava a inglobare nuove competenze e capirne il valore. Una funzione umanistica che porta sempre di più all'ambito emotivo e emozionale.

a inglobare nuove competenze e capirne il valore. Non è proprio un "reinventarsi" che potrebbe sembrare fuorviante. In realtà non dobbiamo cambiare prodotti, ma dobbiamo farli diversamente, in un nuovo modo, raccontarli in un nuovo modo. Se un'azienda fa pentole, non è detto che debba fare microchip per stare sul mercato, nella maggior parte dei casi potrà continuare a fare pentole, ma dovrà fare quelle pentole in forma diversa, coinvolgendo al proprio interno anche nuove competenze, anche se potrebbero sembrare estranee. Nell'azienda deve entrare tutto: è un elemento del mondo, vi è inserita ed è fatta di persone". Una funzione umanistica che porta sempre di più all'ambito emotivo



ed emozionale: "Dobbiamo capire che **le emozioni fanno parte del processo di acquisto** e sono alla base della convivenza delle persone. La formula è anche un po' essere olistici. Devo considerare le persone in tutta la loro complessità. Anche il marketing è cambiato in questo senso. Dobbiamo immaginare clienti che non siano solo stereotipi che noi possiamo immaginare più o meno precisamente, ma devo entrare nella caratteristica della persona: cosa prova, quali sono le sue difficoltà, cosa lo preoccupa, dove è felice, dove soffre...". Una linea chiara di approccio, ma che spesso si scontra con la modalità più tradizionale del fare impresa: "L'azienda è ancora per buona parte tradizionale, ma le imprese che ce la fanno, che resistono alle crisi e che evolvono uscendone rafforzate, sono quelle che stanno andando in questa direzione. Ci sarà una progressiva selezione naturale che **permetterà alle aziende con tale attitudine di progredire e di avanzare.** Spesso incontro ancora il modello tradizionale, soprattutto nel nostro territorio, mentre il modello moderno e umanistico non è così diffuso come crediamo, ma mi conforta verificare anche che molti, anzi i migliori, stanno andando in questa direzione".



05

inside
SAEF



Who are U?

Segui la giusta direzione.

COMMERCIALI IN CRESCITA: FORMAZIONE E TIROCINIO PER CREARE I VENDITORI DI... OGGI!



Il progetto WAU, ideato da Silvia Cusmai, consulente del lavoro e Coach e condotto con la collaborazione di SAEF, prevede la selezione di un numero limitato di giovani talenti, disposti ad apprendere uno dei mestieri più appassionanti e difficili del mondo, quello del commerciale.

È ai blocchi di partenza la seconda edizione del progetto "WAU" ideato da Silvia Cusmai, consulente del lavoro e Coach e condotto con la collaborazione del Gruppo SAEF. Il progetto prevede la **selezione di un numero limitato di giovani talenti**, disposti ad apprendere uno dei mestieri più appassionanti e difficili del mondo, quello del **commerciale**. I selezionati avranno di fronte a sé un lungo **periodo di formazione** gestito da SAEF, e coloro che risulteranno essere più adatti verranno **inseriti nel quadro occupazionale del Gruppo**, quindi sia in ambito sicurezza, formazione e ambiente (SAEF) sia in ambito finanziario (SA Finance). Una sorta di "ricerca della felicità" (celebre pellicola americana che dipingeva la storia vera di Chris Gardner) nella realtà. E durante la prima edizione, ad essere selezionati e avviare

il proprio percorso lavorativo all'interno del gruppo sono stati **Leonardo Lanza**, ventiduenne con una passione per il calcio, **Tobia Banalotti**, ventiquattrenne che ama viaggiare e conoscere il mondo, e **Francesco de Pace**, trentasettenne con un passato diviso fra i palchi del teatro e i campi di basket della serie A2. "Il corso è stato condensato in un mese circa ed è stato molto impegnativo. La tematica è stata da subito specifica nell'ambito commerciale", spiegano i tre. "Sapevamo che c'erano aperte delle posizioni all'interno del Gruppo e accedervi con questa modalità è stato molto utile". Un corso verticale sul tema commerciale, ma orizzontale negli ambiti di applicazione: "Approfondendo il corso, alla fine si sceglieva se inserirsi in finanza, formazione o sicurezza e

ambiente. Ci è stato presentato come un corso ma alla fine è una selezione vera e propria e questo è stato un grande vantaggio. Da una dozzina siamo stati selezionati in 5, distribuiti nel Gruppo. E di quelli solo 3 hanno portato avanti il percorso lavorativo. Noi, appunto...". Un percorso del tutto particolare, che non ha molti esempi simili nel nostro paese, soprattutto per la specificità della professione: "È stato molto utile e importante perché ci siamo formati proprio sul lavoro del commerciale, approfondendo tutti gli aspetti e le caratteristiche che il commerciale deve avere: dal rapporto con la persona, al linguaggio e perfino il vestiario. Un sistema meno ortodosso rispetto ai classici metodi di ingresso nel mondo del lavoro, ma molto efficace per conoscersi fra lavoratori e azienda. È risultato molto importante anche



avere appreso tutti i tecnicismi che ci saremmo trovati ad affrontare, ma il valore aggiunto è stato capire se si è predisposti o meno per questo tipo di lavoro. È una sorta di ingresso in azienda già abbinato alla formazione". Appunto, un ingresso in azienda, o meglio, in un Gruppo che questi ragazzi vivono con entusiasmo ormai da un anno: "Ci troviamo molto bene sia a livello di squadra che a livello professionale... decisamente bene! Si nota da subito che c'è una grande volontà di crescere da parte di tutti, sia personale che di società. A colpirci maggiormente sono stati proprio il contesto di squadra e le qualità di un Gruppo dinamico e moderno, molto di più rispetto al classico contesto lavorativo. **Prevale il concetto di squadra, più che di colleghi.** Nella fase di inserimento,



Il valore aggiunto è stato capire se si è predisposti o meno per questo tipo di lavoro. È una sorta di ingresso in azienda già abbinato alla formazione.

come per ogni inizio, c'è stata un po' di fatica, ma oggi cogliamo bellissimi risultati. Siamo cambiati anche come persone e sentiamo di avere imparato tanto". E uno degli aspetti colti fin da subito è che **il mondo della finanza, che ai più appare ancora molto formale, è in realtà l'essenza del dinamismo moderno.** "È un momento storico così particolare da rendere questo lavoro ancora più intrigante. Le opportunità che riusciamo a dare alle aziende sono molteplici: quella di resistere, di realizzare qualcosa, quella di avere una capacità di resilienza, di mantenere e potenziare i propri sogni e i propri obiettivi. Viviamo anni di incertezza ma anche "bilanciati": se da un lato c'è la paura della guerra e della pandemia, dall'altra c'è la voglia di investire e di svilupparsi".





06

case
history

IPERAL, UNA COLLABORAZIONE IN CRESCENDO CON TINUO

È uno dei clienti del Gruppo che esprime al meglio la complementarietà dei servizi offerti da SAEF. Un caso emblematico di come la rosa di servizi che mette a disposizione dei clienti può risolvere diverse problematiche e generare molte opportunità.

È uno dei clienti di SAEF, più grandi dimensionalmente: "Iperal supermercati Spa" gruppo con sede in Valtellina, a Piantedo, specializzato nella grande distribuzione food, ma non solo. E rappresenta una collaborazione particolarmente emblematica, frutto di una conoscenza reciproca e di continui approfondimenti sui servizi che SAEF può offrire. Ci aiuta a ripercorrere le tappe di questa collaborazione Giovanni

Benedini, responsabile dell'area formazione di SAEF. L'inizio della collaborazione è stato, infatti, una sorta di eredità e l'eredità era quella di Sermark, catena di supermercati ubicata in Valcamonica, con la quale SAEF aveva avviato una collaborazione a partire dal 2008. Un rapporto che constava nella formazione agli apprendisti e ai tutor aziendali. Dopo qualche anno, la catena è stata assorbita da Iperal, attorno al 2010. Nel 2015



la collaborazione si è potenziata, con una prima richiesta di servizi anche sui punti vendita esterni alla Valcamonica. SAEF ha quindi iniziato a erogare alcuni corsi anche per gli altri punti vendita, sempre legati all'**apprendistato** e all'ambito della **sicurezza sul lavoro**. Contemporaneamente è iniziata un'altra attività, ovvero quella di seguire anche le pratiche relative al finanziamento della formazione, quindi un rapporto con una forma più completa. La svolta della collaborazione, così ben avviata, è arrivata alla fine del 2015 quando Iperal ha sondato la disponibilità di SAEF a gestire un servizio ancora più strategico, quello dell'**assistenza in tema di sicurezza sul lavoro**, con l'acquisizione della qualifica di RSPP e la gestione di tutta la consulenza in materia di sicurezza: dai DVR ai sopralluoghi per i nuovi punti vendita, all'accompagnamento continuo su questo delicato aspetto della consulenza in ambito di servizi alle imprese. Detto, fatto. Dalla sola formazione si sono aperte anche le porte della pura consulenza per un rapporto che prosegue



con reciproca soddisfazione anche in questo momento. E si tratta di un'evoluzione particolarmente significativa, perché **esprime al meglio la complementarità sui servizi offerti da SAEF**: si è iniziato con una tipologia specifica di corsi, ovvero l'apprendistato, per poi ampliare la rosa delle opportunità formative, dare assistenza sul finanziamento alla formazione, fino a diventare i consulenti in termini di sicurezza. Un caso emblematico di come l'insieme dei servizi che SAEF mette a disposizione dei clienti può risolvere diverse problematiche e generare molte opportunità. Si

Tutt'ora la consulenza continua su tre fronti: formazione in tema di sicurezza (addetti antincendio, addetti primo soccorso e relativi aggiornamenti), formazione in tema di apprendistato (su tutti i livelli), assistenza sulla sicurezza. Ogni mese SAEF organizza per Iperal almeno una dozzina di corsi, questo anche perché il gruppo è impegnato in una crescita esponenziale, senza soluzione di continuità.



pensi ad esempio alla formazione finanziata su un gruppo di queste dimensioni: si parla di risparmi di decine di migliaia di euro l'anno su un tema strategico come quello della formazione aziendale. Tutt'ora, quindi, la consulenza continua su tre fronti: formazione in tema di sicurezza (addetti antincendio e primo soccorso, e relativi aggiornamenti, preposti, carrellisti, ecc.), formazione in tema di apprendistato (su tutti i livelli), assistenza sulla sicurezza. Ogni mese SAEF organizza per Iperal almeno una dozzina di corsi, questo anche perché **il gruppo è impegnato in una crescita esponenziale**, senza soluzione di continuità, periodo pandemico compreso, grazie anche ad una gestione oculata e responsabile. Un crescendo di punti vendita fino a coprire capillarmente le esigenze di territori fra più disparati: dalla Valcamonica alla Brianza, dalla Valtellina al comasco. Per avere un ordine di grandezza, **da gennaio 2022, SAEF ha organizzato per Iperal** (dato aggiornato a inizio settembre) **164 corsi di formazione**, in parte già svolti (135), in parte in programma entro la fine dell'anno. ✕



Roberta Nazzari: "Disponibilità e professionalità in un rapporto costante e continuativo"

La collaborazione fra il gruppo Iperal e SAEF ha caratteristiche di durata e sviluppo che la rendono una case history più che interessante: "Si tratta di una collaborazione nata molto tempo fa - spiega Roberta Nazzari, del gruppo Iperal - quindi si è sviluppata in un rapporto costante e continuativo. Abbiamo sempre ricevuto il supporto che ci aspettavamo". Un supporto che ha ancora più valore in quanto la collaborazione si sviluppa in diversi ambiti, che riguardano sia l'aspetto formativo che quello della sicurezza: "Anche a fronte di richieste specifiche abbiamo sempre avuto puntuali risposte, riscontrando da parte di SAEF disponibilità e professionalità molto elevate. Possiamo affermare che questo rapporto professionale si regge su solide basi". Anche quando, in funzione della dimensione del rapporto, può nascere qualche criticità: "Le criticità ci sono sempre, ogni azienda le riscontra quotidianamente nello svolgimento del proprio lavoro. È chiaro che quando si parla di migliaia di ore di formazione l'anno, qualche problemino può nascere. Il rapporto è maturo a tal punto che quei problemi non divengono mai ostacoli, ma semplicemente punti di sviluppo di un percorso sempre migliore".



07

case
history

I VALORI AGGIUNTI DELLA COLLABORAZIONE CON SA FINANCE

SAFINANCE
risorse per la tua impresa


Una realtà che nasce da un'esperienza di unione e coesione, un gruppo di aziende agricole che si sono unite, dopo un percorso di sviluppo, in questa società, oggi grande impresa, che conta sul supporto di 55 dipendenti.

bresciangrana

Bresciangrana si definisce una "realtà giovane, dinamica e in forte crescita" e basta fare un click sul sito dell'azienda per scoprire l'amore verso il settore lattiero caseario e la profonda cura nella lavorazione del prodotto. Una realtà che nasce da un'esperienza di unione e coesione, un gruppo di aziende agricole, che si sono unite, dopo un percorso di sviluppo, in questa società, oggi grande impresa, che conta sul supporto di 55 dipendenti. Bresciangrana è soggetto emblematico per descrivere come SA Finance sia riuscita ad aiutare un'impresa nel suo percorso di crescita, mettendo al primo posto i propri valori e mixando intelligentemente il ramo della finanza agevolata a quello della mediazione creditizia: "Abbiamo

da subito e sempre trovato nelle persone che ci hanno fornito una corretta e giusta assistenza - spiega Silvio Colosio, legale rappresentante della società che ha sede a Offlaga, nella bassa pianura bresciana - ma quel che più mi piace di questo rapporto è una **responsabilità professionale chiara e limpida**, alla luce del sole. Dai consulenti di SA Finance non ho mai ricevuto parole dubbie, o di oscura interpretazione, ma sempre parole e concetti chiari e credo che questo rappresenti un grande valore aggiunto". Un plus che l'azienda ha riscontrato anche in termini di tempistiche: "Spesso ci confrontiamo con i consulenti di SA Finance sulla fattibilità o meno di un percorso di finanziamento e non sempre le risposte possono nascere



nell'immediato, a volte c'è bisogno di approfondimenti. Ecco, quando ci dicono che dopo un paio di giorni ci daranno risposta, spesso ne passa soltanto uno o uno e mezzo.

La rapidità è fondamentale, soprattutto in questo momento storico che esige velocità e reattività elevate nel mondo dell'impresa".

Fra i pregi riscontrati durante la collaborazione alcuni spiccano su altri: "Ammiriamo profondamente sia la grande professionalità che abbiamo potuto verificare in molteplici occasioni, che l'estrema disponibilità dei nostri consulenti, ma quel che rappresenta un vero valore aggiunto è la capacità di consiglio che hanno nei nostri confronti, per scegliere la strada di finanziamento più adatta a quello specifico progetto o a quella specifica necessità. È un campo molto difficile dove destreggiarsi e il consiglio di persone esperte e preparate come loro è quasi una condizione irrinunciabile per ottenere gli obiettivi desiderati". Bresciangrana ha quindi "sfruttato" sia il polo delle agevolazioni finanziarie che



Il vero valore aggiunto della collaborazione con SA Finance è la capacità di consiglio che ha nei nostri confronti, per scegliere la strada di finanziamento più adatta a quello specifico progetto o a quella specifica necessità.

quello dell'accesso al credito in seguito all'attività di mediazione creditizia legando, nella maggior parte dei casi, questa attività a progetti specifici: "Siamo un'azienda in crescita che resiste nonostante questo particolare momento storico. Crediamo che sia **importante attirare risorse per i propri progetti**, perché **solo investendo si riesce a rimanere sul mercato e ampliare la propria attività**". Grande soddisfazione per l'andamento della collaborazione viene espresso anche dai consulenti di Sa Finance che seguono l'azienda ormai da anni e che, anche grazie alla loro attività, l'hanno vista crescere: "Il nostro rapporto di consulenza - spiegano i tecnici di Sa Finance - si basa innanzitutto sulla fiducia. Aziende che, come in questo caso, esplicitano i loro progetti chiedendo a noi di individuare le modalità migliori per finanziarli sono quelle che hanno maggiore successo. Ricordiamo spesso a tutti i nostri clienti che un finanziamento senza un'idea, un progetto, o un'esigenza reale, difficilmente contribuirà allo sviluppo di un'impresa".





08

con il sostegno
di SAEF

“EDITH, UNA BALLERINA ALL'INFERNO” VINCE L'IMPACT AWARD 2022 A GIFFONI

ANCHE SAEF FRA I SOSTENITORI



“Edith, una ballerina all’inferno”
ha coinvolto ragazzi con l’idea di lanciare
un grande messaggio ai loro coetanei:
l’arte è qualcosa in grado di salvare la vita
alle persone! In pienissima sintonia con la
“Cultura e crescita” di SAEF!



“Edith, una ballerina all’inferno” è un film prodotto da un’associazione culturale bresciana (la Violet Moon), riconosciuto con il prestigioso “Impact Award 2022” all’interno del Festival di Giffoni, la più importante kermesse internazionale del cinema per i ragazzi. E quel giorno (era il 23 luglio) sul blue carpet di Giffoni Vallepiana c’era anche un pezzettino del Gruppo SAEF. L’azienda, infatti, ha sostenuto l’idea di sviluppare **una pellicola sulla storia vera di Edith Eva Eger**, fin dall’inizio, fin da quando Emanuele Turelli, sceneggiatore e autore oltre che storico collaboratore di SAEF, lo ha proposto ai vertici aziendali: “Non abbiamo avuto molti dubbi - ricorda il presidente Paolo Carnazzi - e quando Emanuele ci ha presentato l’idea abbiamo semplicemente detto che quel che

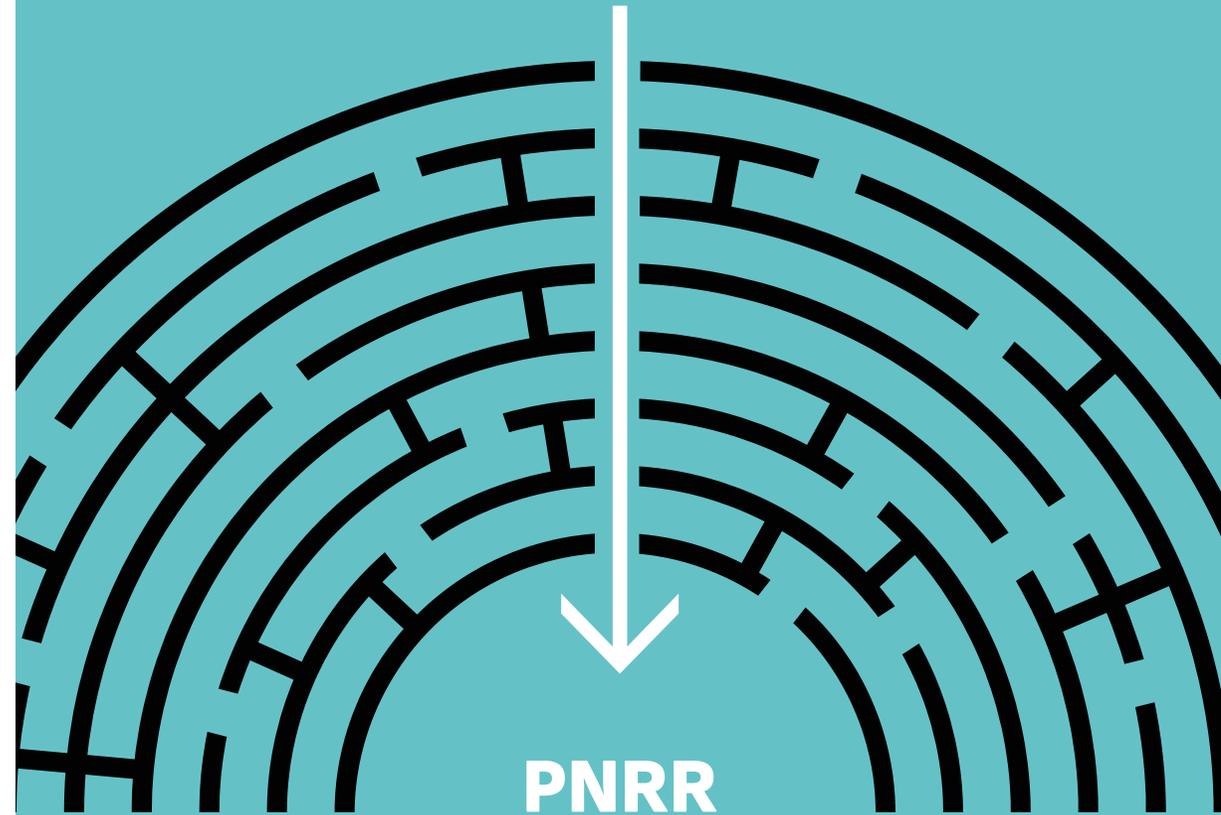
potevamo fare, non conoscendo quel mondo, era sostenerla con un contributo economico perché **da sempre aiutiamo le persone a realizzare i loro sogni**”. Detto, fatto: quell’idea nel giro di pochi mesi, durante e appena dopo il primo periodo pandemico, è divenuta un progetto virtuoso, raccogliendo fiducia anche in altri ambiti pubblici e privati e riuscendo a costruire un budget degno di una produzione professionale. Il resto sarà a breve sotto gli occhi di tutti, con un film sperimentale che **mixa nella stessa pellicola narrazione, recitazione, danza e composizione** e che ha messo in scena **21 adolescenti** di belle speranze, **accanto a professionisti molto noti del settore cinematografico italiano**. Agli “ordini” del regista pluripremiato **Marco Zuin**, infatti, si sono mossi 15



ballerini provenienti dal liceo classico coreutico Tito Livio di Milano (che hanno evocato le scene con una delicatezza degna dei professionisti che si esibiscono nei grandi teatri) e 6 truccatrici/parrucchiere iscritte al quarto anno della bresciana Ok School. Ventuno adolescenti, tutti diciassetenni, accanto a professionisti del calibro di Marco Cortesi e Mara Moschini (i due narratori, già volti noti nel mondo Rai, Mediaset, Prime Video), Romeo Tofani, nella difficilissima parte di Josef Mengele, Lorenzo Pezzano, direttore della fotografia per molti anni collaboratore di Pupi Avati e di recente di Marco Paolini. **Una formula "magica" che ha permesso alla pellicola di prendere forma in maniera dinamica e veloce**, con riprese effettuate in parte a Salò, nell'antico teatro dismesso che fu sede delle feste dei gerarchi della RSI, e in parte in Polonia, nel campo di sterminio di Birkenau grazie anche a una rete di collaborazioni che ha coinvolto (fra gli altri) il Governo Polacco, la Commissione Europea, il Ministero della Politiche Giovanili. La storia narrata è quella di Edith



Eva Eger, ballerina sedicenne deportata Birkenau con la sua famiglia ebrea, che riuscirà a salvarsi dal terribile campo nazista della Polonia occupata, grazie alla sua grande passione per la danza e alla sua forza di resilienza legata propria a quell'arte. Dopo l'anteprima mondiale di Giffoni, la pellicola ha avuto la possibilità di vivere un altro momento eccezionale: proprio **grazie a SAEF, il 12 settembre scorso nel meraviglioso spazio dei giardini interni al Museo di Santa Giulia, a Brescia, si è svolta una seconda anteprima riservata, che ha lasciato tutti senza parole**. Un gran bel film, che ha coinvolto ragazzi con l'idea di lanciare un grande messaggio ai loro coetanei: l'arte è qualcosa in grado di salvare la vita alle persone! In pienissima sintonia con il motto "Cultura e crescita" coniato dal Gruppo SAEF! ✕



PNRR

La via più veloce alle agevolazioni e al credito.

snews

è un'iniziativa a cura di



saef.it t 030.3776990 × e info@saef.it   
Brescia × Palazzolo s/O × Costa Volpino × Gardone V.T.



safinance.it t 030.3540104   
e info@safinance.it × e info@agevola.it × Brescia