

**SALONE D'IMPRESA.** A Bressanvido nella sede di Better Silver confronto tra imprenditori su come affrontare i mercati

# «Stare davanti ai concorrenti»

Bettinardi: «Coltivare in modo ossessivo il rapporto col cliente»

Pedon: «Il segreto sta in prodotti tradizionali ma anche nelle novità»

**Maria Elena Bonacini**  
BRESSANVIDO

Innovare il prodotto ed essere sempre un passo avanti ai concorrenti. Anche grazie alla digitalizzazione, che ha cambiato i mercati e sta dando ad aziende grandi, ma soprattutto medie e piccole, opportunità una volta impensabili. È stato dedicato a "Strategie e strutture per affrontare i mercati" l'incontro alla Better Silver di Bressanvido nell'ambito della sesta edizione de Salone d'impresa "Rimettere le scarpe ai sogni".

Nell'azienda leader per catene e gioielli in argento si sono dati appuntamento un centinaio tra professionisti e im-

prenditori, che hanno ascoltato racconti e riflessioni di Antonio Loborgo, responsabile territoriale di Cisco, che ha avvertito come «la digitalizzazione è la rivoluzione, non solo tecnologica ma filosofica, sociale ed economica che sta conducendo il mondo verso una dimensione ignota, che sarà presto la nostra quotidianità»; Fabrizio Comandini direttore commerciale di Lantech/Longwave; Paolo Bettinardi, ad di Better Silver; Remo Pedon ad di Pedon e **Massimo Poliero, ad di Legor Group**, moderati da Ferdinando Azzariti presidente Salone d'Impresa.

«In 35 anni di lavoro – sottolinea Comandini – ho visto tante novità "epocali" che non hanno poi portato a sconvolgimenti a livello di business. Oggi la digital transformation ha cambiato il mondo e chi ha capito come utilizzarla riesce a massimizzare i propri affari. Noi lavoriamo con multinazionali come con piccole e medie aziende, che con poche migliaia di euro di



Da sinistra Pedon, Poliero e Bettinardi e in piedi Azzariti nel confronto che si è svolto a Bressanvido

investimento hanno potuto approcciare business impensabili, su mercati che prima erano preclusi».

Proprio questo avvicinamento al cliente è uno dei punti toccati da Bettinardi. «Abbiamo cercato di avvicinarci sempre di più al dettaglio – spiega –, soprattutto lavorando con i canali distributivi: un passaggio importante, perché vengono a galla le caratteristiche della nostra azienda, come l'attenzione al servizio e al custom made. Credo che tutti i "campioni nascosti" abbiano tre peculiarità: hanno investito in produzione e innovazione; colti-

vato in maniera ossessiva il rapporto col cliente, diventando indispensabili; investito sul personale».

Proprio "innovazione" è la parola che, secondo Pedon, rispecchia la sua azienda. «Ciò che 10 anni fa rappresentava il 100% del fatturato, oggi arriva al 25%. Lavoriamo prodotti esistenti anche da 20 mila anni, ma proponiamo cose che le persone non conoscevano, come la quinoa e stiamo introducendo il tef etiopico. Il segreto è fare cose semplici, con pochi ingredienti chiari e veloci da cucinare. Accanto a ciò stiamo riducendo la cellulosa nella

confezione e vorremmo arrivare al 100% compostabile».

In un contesto di aziende familiari si è parlato anche di struttura dell'impresa. «Non è semplice – afferma Poliero –, perché i manager leggono il cognome e si chiedono sempre se tu sia lì per quello. Chi di noi è dentro ha un ruolo ben definito e nonostante ciò stiamo mettendo "paletti" con un patto familiare. Il cambiamento in un'impresa ha bisogno di analisi dettagliate e di un piano che contenga un margine di errore. Per questo, all'80% è indispensabile il connubio imprenditore-manager». •

**Poliero (Legor): «In azienda sempre più fondamentale il connubio fra imprenditori e manager»**