



IL FUTURO DI CERTOTTICA PUNTARE SULLA INTERNAZIONALIZZAZIONE

L'Istituto tira le somme e traccia le linee guida per il futuro

Muoversi in un contesto globale: è questa la sfida di Certottica. Portare un'azienda all'estero è complesso come aprire una nuova attività d'impresa. Per questo motivo l'attività di internazionalizzazione va pianificata nel migliore dei modi sia per un ente di certificazione sia per un'azienda. Ma questo è il futuro già scritto di Certottica, perché da tempo si è sta muovendo in questa direzione per riuscire a presidiare i mercati esteri. Il lavoro è doppio: quale ente di certificazione, l'Istituto si sta dotando degli accreditamenti necessari per far circolare liberamente i prodotti delle imprese che segue, dal-

tempo investendo, per esempio, negli eventi fieristici. Le fiere sono un luogo internazionale che permette di venire in contatto con tutti gli attori del settore, di scambiare informazioni, di comprendere l'andamento del mercato nei vari paesi in cui ci si reca. C'è da considerare un altro aspetto importante, le risorse interne: Certottica può contare sulle competenze e sulle esperienze del capitale umano, sulle capacità di marketing di analizzare i mercati e definire un'offerta competitiva dei servizi e sulle risorse tecniche. È di fondamentale importanza individuare anche i punti di forza dell'azienda nei diversi mercati esteri, le caratteristiche dei potenziali clienti e i punti di debolezza dei concor-



l'altra parte, deve anche essere aggiornato su un piano normativo per sostenere le aziende che si affacciano sui mercati esteri. Certottica, in sostanza, rappresenta il passaporto per il mondo: con l'accreditamento Accredia (entro il 2013 tutte le prove di laboratorio saranno accreditate dall'Ente unico italiano di accreditamento) e con il know-how legislativo (conoscenza di norme europee, statunitensi, australiane, cinesi) può veicolare le merci in tutto il mondo.

Pianificare l'internazionalizzazione. Senza un piano non si va da nessuna parte, senza un'adeguata pianificazione qualsiasi progetto di internazionalizzazione è destinato a fallire. Credere di poter semplicemente cogliere qualche occasione qua e là è rischioso e inefficiente. Occorre raccogliere informazioni, attivare contatti, prevedere spese di viaggio, eventualmente adattare i prodotti e i servizi offerti alle esigenze dei mercati locali, ecc. E' per questa serie di motivi che l'internazionalizzazione di Certottica è una strategia alla quale l'Istituto sta già lavorando da

renti. Per scegliere tra un paese o l'altro bisogna considerare: fattori infrastrutturali; contesto politico, economico e culturale; percentuale di mercato occupata dalle importazioni; barriere tariffarie; tendenze e prospettive di sviluppo; segmentazione del mercato; principali concorrenti; l'adesione ad accordi commerciali di libero scambio, unioni doganali o accordi regionali. Tutto questo va correlato e analizzato secondo modelli di calcolo predefiniti: a ciascuna variabile va attribuito un valore ponderato per arrivare a definire una graduatoria "personalizzata" dell'attrattività dei paesi. Sulla base di queste analisi Certottica ha deciso di puntare sull'Oriente: tra le idee future c'è quella di uno sportello in Cina. L'Istituto ha davvero maturato una grande esperienza, ormai siamo passati alla maggiore età e trovandosi alla soglia dei 20 anni Certottica ha deciso di compiere un salto di qualità puntando, appunto, sull'internazionalizzazione.

Normazione e consulenza

Segue a pag. 2

OCCHIALERIA ITALIANA: RIPARTE L'EXPORT

Occhialeria bellunese, in vista una timida ripresa. Con vendite oltreconfine in crescita del 13% nei primi mesi del 2010 (fonte Sole 24 Ore Nordest), le imprese del Bellunese riprendono una boccata di ossigeno dopo un 2009 davvero nero. La strada per la risalita non sarà facile, il futuro si

gioca sulle iniziative della nuova governance regionale, sulla capacità di far gruppo e di innovazione, sull'impegno per tutelare il prodotto e valorizzare il tessuto imprenditoriale locale.

L'attuale crisi che ha investito il mondo a tutti i livelli offre uno spunto per comprendere un tema

L'ITALIA È SOLA SUL "MADE IN"



Il Parlamento Europeo a Strasburgo.

Il presidente degli industriali europei Vittorio Tabacchi: 'Non abbiamo favorito i grandi'

Il patron di Safilo respinge le accuse dei piccoli produttori di essere il regista dell'esclusione degli occhiali dal Made in Italy. L'emendamento della Lega non è passato in Europa, ma per Vittorio Tabacchi è dipeso dal fatto che la Federazione europea dell'industria ottica è da sempre contraria al made in e che alcuni paesi, come Francia e Germania, si sono dichiarati contro. E poi la politica non si è mai confrontata con il settore. Lo stesso emendamento è stato presentato senza coinvolgimento.

Tabacchi spiega che si sta discutendo per arrivare a una proposta condivisa su che cosa s'intenda per trasformazione sostanziale del prodotto e sostiene che non basta la marchiatura per tutelare il prodotto locale: 'E' l'Europa contraria la made in, non certo io. Magari avessi tanto potere da condi-

Segue a pag. 2

RICERCA E FORMAZIONE LE LINEE GUIDA



La sede di Certottica

Certottica traccia il cammino anche per le Aree Ricerca e Formazione: risposte tempestive alle aziende e consulenza per reperire fondi pubblici, sono questi i due punti cruciali che contraddistinguono le attività delle due aree.

Per quanto riguarda l'Area Formazione, possiamo dire che si è registrata una crescita inerente il livello formativo richiesto nel 2010 per le qualifiche professionali non sono facilmente e immediatamente reperibili sul mercato, in particolare tra i giovani, anche se dotati di un bagaglio articolato di istruzione scolastica. In questo senso sono significative due evidenze: scende la quota di assunzioni per laureati e, al di là del livello o dell'indirizzo di studio posseduto, le imprese dichiarano che le nuove assunzioni saranno sottoposte ad ulteriore formazione. Tutto ciò si traduce in un evidente "divario" tra domanda e offerta di lavoro, tra le competenze disponibili e i lavori offerti. Il mancato incontro tra la domanda e

Segue a pag. 3

ASSEMBLEA DEI SOCI ANFAO A BELLUNO

Lunedì 13 dicembre è stata convocata, a Belluno in Villa Carpenada, l'Assemblea dei soci Anfao.

In prima convocazione sa-



Il Vicepresidente di Confindustria Paolo Zegna

ranno discussi temi d'interesse dell'Associazione che raccoglie i fabbricanti ottici, all'ordine del giorno: comunicazioni del Presidente, la relazione sull'attività annuale, budget 2011, atto di indirizzo per la modifica dello statuto sociale della Società Unipersonale Mido, contributi associativi 2011.

Dopodiché seguirà un approfondimento tematico a cui interverranno relatori esterni: Paolo Zegna vicepresidente Confindustria e Roberto Luongo direttore dipartimento Promozione dell'Internazionalizzazione ICE - Istituto nazionale per il Commercio Estero.

ALL'INTERNO

- * Temi di attualità
- * I cinquant'anni di Luxottica
- * Novità della Formazione
- * Speciale Dolomiticert
- * Progetti di ricerca
- * I seminari di Certottica

ATTUALITÀ

L'ITALIA È SOLA SUL "MADE IN"

Segue da pag. 1

zionare le scelte'.

Il pluripresidente Vittorio Tabacchi, a capo di Eurom I, ovvero la Federazione europea dell'industria ottica, ma anche di Anfao, Safilo e Museo dell'occhiale, dal quartier generale di Padova, affiancato dal direttore di Eurom I, il francese Bertrand De Limé, e dal vice Francesco Gili, per la prima volta risponde ai pesanti attacchi lanciati dai piccoli produttori di occhiali. La rabbia monta sul mancato inserimento del settore nella normativa europea che tutela l'origine dei prodotti. De Limé aggiunge anche che l'eventuale obbligatorietà della marchiatura potrebbe avere un senso solo nel momento in cui ci fossero criteri chiari su cosa si intenda per made in. Fa riferimento alla normativa già in vigore sulla 'lavorazione sostanziale'. E questo



Vittorio Tabacchi, Presidente Eurom I

secondo Tabacchi è il vero nodo. 'Su questo tema, che è centrale' afferma il presidente 'Anfao ha più volte coinvolto Dogane, Ministero, Guardia di Finanza, senza venirme a capo'. Tabacchi, rigettando le pesanti accuse di aver

voluto favorire le grandi imprese che delocalizzano, ricorda che fu proprio Anfao, ancora cinque anni fa, a chiedere che l'occhialeria fosse inserita nel Regolamento Europeo 661.

'Ma Eurom I- prosegue il presidente è abilitata a trattare con la Commissione europea'. Tabacchi mette il dito anche nella piaga di un presunto mancato dialogo tra politica e impresa. Fa riferimento all'emendamento del leghista Francesco Speroni che, a livello europeo, tentava il salvataggio dell'occhialeria. 'Il settore- spiega- non è mai stato interpellato per esprimere la propria posizione. Proprio per questo è stata molto forte la pressione diretta degli altri paesi contrari all'emendamento, come Francia e Germania'.

Lo spazio per le piccole imprese c'è, comunque, aggiunge De Limé e la Francia, secondo pro-

dotto dopo l'Italia, insegna. 'Servono qualità e strategia di marketing. Sono loro che devono andare incontro al mercato e non viceversa'. Oltre alla politica c'è una crisi che è 'ormai alle spalle. I primi segni di ripresa ci sono già'. E, su tutto, un dato per bat-

tere eventuali speculazioni sull'aspetto occupazionale: sugli 11mila addetti del settore, ben 10mila lavorano nelle 4 grandi aziende bellunesi.

Articolo tratto da *Il Gazzettino* a firma di *Lauredana Marsiglia*, 23 novembre 2010.



Francia e Germania hanno detto no all'emendamento di F. Speroni

OCCHIALERIA ITALIANA: RIPARTE L'EXPORT

Segue da pag. 1

che a Certottica è molto caro: l'internazionalizzazione. Le imprese bellunesi, da questo punto di vista, ai primi primi segnali di deterioramento del clima economico mondiale le esportazioni hanno risposto velocemente per, poi, registrare un netto calo nella seconda metà del 2008 e acuirsi l'anno successivo. Con il miglioramento del clima di fiducia, le esportazioni delle occhialeria bellunese e italiana in genere (dati Anfao) hanno cominciato ad intraprendere un andamento positivo.

Da qui bisogna ripartire, con alcune considerazioni.

L'imprenditoria bellunese possiede capacità inventiva, precisione nelle consegne e nella produzione, capacità di marketing e possiede anche una forte propensione all'internazionalizzazione, testimoniata dalle esportazioni. Tuttavia esiste un problema fondamentale che Certottica riscontra oggi come ieri: l'imprenditoria bellunese non fa squadra. Approcciarsi al mercato estero è spesso un fenomeno individuale e non collettivo e le novità, le innovazioni e le migliori non vengono condivise. Salvo rari casi, non c'è rapporto con centri di ricerca e università anche se esiste un'in-

novazione interna all'azienda non brevettata. Tutto questo sembra sia legato ad una mentalità troppo legata al passato perché brevettare un'invenzione o un'innovazione è fondamentale per il know how di un'impresa, è fondamentale per lo sviluppo dell'intero tessuto imprenditoriale. Nel lavoro svolto quotidianamente dall'Istituto è possibile rilevare anche che non ci sono strette relazioni con i servizi pubblici e privati -per esempio con un ente come il nostro in grado di collegare un'impresa con il mondo della ricerca universitaria- che potrebbero dare un impulso maggiore verso un approccio verso l'esterno. Non solo, anche la mancata partecipazione ai bandi regionali per lo sviluppo all'internazionalizzazione rappresenta un'opportunità mancata. Sicuramente in tal senso ha giocato un ruolo importante il cambiamento politico che ha interessato la Regione Veneto. Tutti gli attori economici dovrebbero comprendere che esiste una conveniente nel mettersi in rete, nel dialogare con settori differenti in una visione multidistrettuale e nel pensare all'innovazione, alla ricerca quali elementi di successo aziendale.

La speranza, a questo punto, è che in futuro le cose possano cambiare. Ci sono già alcuni segnali positivi. Sta emergen-

do una nuova imprenditorialità, fatta di giovani laureati che spesso hanno compiuto anche studi all'estero e si preparano ad intraprendere l'attività di famiglia. Probabilmente da qui è possibile ripartire. Da riflettere, in tal senso sulle parole pronunciate da Carlo Ghiotto- consigliere nazionale di Federottica e presidente di Assopto Venezia- durante l'Assemblea dei Soci il 19 novembre scorso. 'Avere la possibilità di proteggere e garantire la qualità del prodotto è molto importante, così come è importante trasmettere que-

sto valore della qualità al consumatore finale. I prodotti di nicchia oggi sono in Francia in Germania, mi piacerebbe dire che anche qui si fa questo tipo di prodotto di qualità. Bisogna ricordarsi, quando si fa un occhiale, che ci sono dei parametri fondamentali che vanno rispettati (campo visivo, calzatura...). Noi siamo pronti ad accogliere iniziative di questo genere: è una preghiera quella che vi faccio'. Si tratta di una strada percorribile, anche per l'occhialeria bellunese.



IL FUTURO DI CERTOTTICA: PUNTARE SULL'INTERNAZIONALIZZAZIONE

Segue da pag. 1

nel mondo. Un'aria internazionale Certottica l'ha sempre respirata, fin dalla sua nascita: l'Area Normazione è presente nelle sedi nazionali e internazionali. Questa attività, che viene svolta d'intesa con Anfao, è fondamentale perché permette all'Istituto di lavorare a contatto con enti e organismi di normazione nazionali e internazionali esplicandosi nella redazione ed emanazione di norme e specificazioni tecniche contenenti i requisiti di qualità, le ca-

ratteristiche e le raccomandazioni d'uso per qualunque oggetto passibile di scambio e per qualunque attività connessa alla sua produzione, messa in opera e commercializzazione. Come si capisce, Certottica ha una conoscenza molto approfondita delle norme perché partecipa alla loro definizione rappresentando l'Italia. E' evidente che anche per il futuro, tramite i propri delegati, l'Istituto continuerà a partecipare attivamente ai lavori di normazione intervenendo nella definizione dei contenuti normativi. L'obiettivo

è la partecipazione attiva alla normazione specifica per il settore dei dispositivi di protezione e per i dispositivi medici degli Organismi UNI (ente di normazione italiano), CEN (Comitato Europeo di Normalizzazione e ISO (International Standard Organization).

Da qui è nata un'attività collaterale, quella della consulenza che sta crescendo sempre di più. L'Istituto sostiene le aziende da un punto di vista normativo: l'Ufficio di assistenza e consulenza commerciale affianca le aziende negli adempimenti le-

gislativi richiesti per la commercializzazione di un prodotto, dal marchio CE alla registrazione delle sostanze chimiche. Indica quali sono i requisiti a cui un prodotto deve sottostare per circolare liberamente sul mercato globale, quali test di laboratorio effettuare secondo le norme nazionali e internazionali.

Un lavoro importante e delicato che Certottica porta avanti da circa 20 anni. Alla fine di settembre sono stati emessi 3828 rapporti di prova e 192 certificati, numeri di tutto ri-

spetto che hanno permesso all'Istituto di diventare punto di riferimento per l'universo delle certificazioni dei dispositivi di protezione tanto che altri istituti hanno visto in Certottica un possibile partner per creare sistema. Ed ecco la sfida del futuro: valutare la possibilità di aggregarsi ai giganti mondiali in campo normativo, come già è stato proposto a Certottica. Ciò significa che l'attenzione sull'attività svolta dall'Istituto di Longarone è molto viva.

ATTUALITÀ

LUXOTTICA COMPIE 50 ANNI, NE PARLIAMO CON ROBERTO CHEMELLO

Mezzo secolo nel Bellunese, l'avventura di Luxottica continua. Abbiamo deciso di parlarne con Roberto Chemello, ex amministratore delegato del gruppo, cresciuto nella multinazionale: 30 anni circa passati in Agordo. A lui abbiamo chiesto quale legame intrattiene Luxottica con il territorio bellunese, qual'è stata la sua esperienza in azienda.



Lo stabilimento Luxottica di Agordo

dell'azienda di uscire dal chiuso. Lo sviluppo infrastrutturale dell'Agordino non è stato, perciò, così veloce come lo sviluppo industriale di Luxottica: basti pensare che si sente parlare della tangenziale agordina ormai da 30 anni, abbiamo atteso per lungo tempo la galleria 203 e quella che collega Agordo a Cencenighe fondamentale per le necessità dell'azienda per ovvie ragioni visto che a Cencenighe c'è un altro stabilimento Luxottica.

I tempi del privato sono molto diversi dal pubblico. In quale modo Luxottica ha influenzato politica, società e territorio?

Luxottica, e questo è un vanto dell'azienda e un vanto personale, non ha avuto né ha alcun legame con la politica: è un'azienda apolitica. La partecipazione di Del Vecchio alla politica locale è da attribuirsi al suo personale senso civico, non è una partecipazione che possa essere ricondotta all'azienda. Per quanto riguarda i risvolti sociali credo che Luxottica abbia portato benessere economico nelle vallate agordine e ha contribuito ad arginare l'emigrazione tipica in questi luoghi. Non penso che sia reale l'accusa di descolarizzazione, al contrario la maggior capacità di spesa delle famiglie potrebbe aver favorito gli studi. Ha favorito la scuola 'consapevole' dando i mezzi alle famiglie di poter sostenere gli studi dei propri figli.

Per quel che riguarda l'aspetto imprenditoriale è vero che Luxottica ha offerto stipendi più alti rispetto ai laboratori artigianali, tuttavia gli artigiani hanno di cui difendersi poiché possono contare su un rapporto di tipo familiare. E' un elemento importante poiché bisogna sempre considerare anche il risvolto umano della profes-

sione. Anche gli operatori turistici hanno la stessa mentalità degli artigiani e hanno mosso le stesse accuse affermando che, in seguito al Pil portato da Luxottica, a stento riuscivano a trovare lavoratori stagionali. Penso si tratti di una scelta personale: un'occupazione annua è probabilmente preferibile alla stagionalità.

Luxottica è cresciuta molto di più rispetto alla vallata agordina, tuttavia credo che abbia portato aspetti positivi: ne sono un esempio il mantenimento della popolazione in loco e la crescita demografica di Sedico, in controtendenza rispetto a quasi tutta la provincia di Belluno.

Quale punto di contatto esiste tra Luxottica e Agordo? Sembra che Luxottica sia un corpo estraneo in un determinato territorio

In realtà non è così. Luxottica, nonostante non abbia avuto nessuna contaminazione con la politica locale, è intervenuta sul territorio silenziosamente sostenendo alcune iniziative come la palestra di Agordo, l'asilo nido di Sedico, il centro anziani di Taibon, la casa della gioventù di Agordo. Luxottica ha dimostrato sensibilità e sostegno benefico alla comunità agordina.

E' vero, peraltro, che oggi il baricentro aziendale si è spostato su Milano: questo perché, non Agordo ma la provincia di Belluno, non ha saputo creare le infrastrutture necessarie per consentire alle grandi aziende di lavorare al meglio. Un altro fattore da considerare è la mancanza di manodopera, inoltre è venuta a mancare la formazione e l'immobilismo della vallata, legata a vecchi archetipi, non ha creato movimento sul mercato costringendo le aziende a cercare laddove ci sono professionalità. Con i conseguenti problemi: un operaio milanese costretto a trasferirsi nel bellunese con la propria famiglia non può garantire all'azienda la stabilità di cui ha bisogno, perché cercherà di tornare a casa. Lo stesso discorso vale per la gestione delle attività produttive,

cioè i manager: a Belluno mancano.

Qual è la dote dei Bellunesi? Hanno contribuito al successo di Luxottica oppure se Luxottica si fosse trovata in un altro posto sarebbe stata la stessa cosa?

Ai bellunesi va riconosciuta la capacità creativa e la capacità di affezionarsi all'azienda, questa è una dote che Del Vecchio ha sempre trovato nei bellunesi e tale caratteristica ha fatto sì che Luxottica sia potuta diventare una multinazionale, perché a fare un'azienda non è una sola persona ma un gruppo coeso. Per il resto non so dire.

Che cosa le piace ricordare dell'esperienza Luxottica?

Tutto! Per me è stata un'esperienza fantastica, ho avuto la possibilità di crescere: in un anno e mezzo sono diventato manager, in 5 anni amministratore delegato. Ho potuto vivere la quotazione in borsa, unica in Italia, ed esperienze al di fuori dell'azienda come la privatizzazione Sme. Credo di essere stato fortunato ad aver conosciuto Del Vecchio, a entrare in azienda nel momento giusto e aver partecipato alle operazioni chiave. Le scelte successive sono riconducibili allo spostamento dell'azienda verso Milano e al fatto che volevo fare altre esperienze.

Ci può raccontare un aneddoto che caratterizzi il rapporto di Luxottica con i bellunesi?

Il fatto risale agli anni Ottanta dopo l'acquisizione della filiale Avant Garde (ndr. Nel 1981, lo sviluppo wholesale internazionale culmina con l'acquisizione di Avant Garde Optics Inc., distributore all'ingrosso operante sul mercato statunitense). Stavamo lavorando per riformare l'Avant Garde prima della pausa estiva, quando nel mese di luglio il nostro trasportatore è stato rapinato con tutta la merce. Subito c'è stata una riunione con i lavoratori di Agordo chiedendo loro di rinunciare alle ferie estive: la risposta è stata 'sì'. Questo è un aneddoto simbolico che indica il livello di attaccamento dei bellunesi all'azienda.

Dottor Chemello, parliamo di Luxottica e Agordo: quale rapporto esiste? E, soprattutto, come è cambiata Agordo con la crescita di Luxottica?

Non mi limiterei ad Agordo ma parlerei di vallata. Il rapporto che si è instaurato è un rapporto stretto, vincolato: Luxottica ha portato lavoro e un processo di industrializzazione crescente. Non sempre la vallata a messo a disposizione di Luxottica i servizi di cui l'azienda aveva bisogno tanto che Sedico rappresenta l'esigenza

CALLISTO FEDON, CONSIGLIERE IN CERTOTTICA

Callisto Fedon è entrato a far parte del Consiglio d'Amministrazione di Certottica. L'Assemblea dei Soci, riunitasi il 19 novembre, lo ha nominato nuovo consigliere in sostituzione di Angelo De Polo che non aveva accettato l'incarico nelle elezioni di aprile.

Con Callisto Fedon, l'azienda Giorgio Fedon 1919 (lo scorso anno l'azienda ha compiuto 90 anni, è giunta alla terza generazione: nessuna sofferenza nei passaggi dall'una all'altra ma consolidamenti. Nel settore dell'occhialeria non si è mai verificato un fatto simile: ci sono marchi storici che possono vantare una longevità anche superiore, ma nessuna azienda può esibire una presenza così di successo crescente sui mercati mondiali senza essere mai passata di mano.



Callisto Fedon.

RICERCA E FORMAZIONE, LE LINEE GUIDA

Segue da pag. 1

l'offerta di lavoro va ricercato anche nello scollamento, ancora troppo diffuso, tra mondo della scuola e mondo del lavoro, che in termini socioeconomici si traduce nel fenomeno del "mismatching" di competenze, uno degli aspetti caratterizzanti l'attuale fase di profonda trasformazione nella composizione del mercato del lavoro.

Come sottolineato anche da una recente ricerca del CEDEFOP - Centro europeo per lo Sviluppo della Formazione Professionale, la discrepanza tra domanda e offerta di competenze ha, tra le sue cause, un livello insufficiente di investimenti nella formazione e sistemi di istruzione e formazione che non rispondono in maniera adeguata alle esigenze del mercato.

Contestualizzando questa analisi al territorio bellunese, con le sue specificità e le sue potenzialità, i punti fondamentali del programma che Certottica intende sviluppare nei prossimi tre anni sono:

- favorire la formazione tecnica e

commerciale poiché la ripresa è trainata dalle economie dell'innovazione, dall'esportazione e dall'internazionalizzazione;

- promuovere la realizzazione di corsi su richiesta da parte delle aziende per specifiche competenze professionali.

Certottica è convinta che la formazione, nelle sue diverse accezioni, si rivela come elemento chiave per traghettare la transizione verso un nuovo sistema economico e aziendale. Per tale motivo i percorsi di formazione devono essere legati alla programmazione dei fabbisogni formativi e basarsi su un sistema non tanto a taglio nazionale, bensì sulle realtà territoriali.

Diverso il discorso per l'Area Ricerca & Innovazione sottoposta ad un più profondo cambiamento.

Il turn over politico che ha interrotto, con le elezioni di primavera, la Regione Veneto e le vicende legate al Ministero dello Sviluppo Economico hanno avuto inevitabili riflessi sull'attività di ricerca di Certottica. Sono, infatti, venuti a mancare i consueti riferi-

menti sia a livello nazionale sia a livello regionale. Nonostante ciò l'Area Progetti, che segue i dettagli amministrativi dei progetti di ricerca ha saputo muoversi nella giusta direzione riuscendo a presentare ben 10 progetti sul Programma Operativo Regionale -POR- (di cui parleremo più dettagliatamente a pag 8), di cui soltanto non è stato ammesso in graduatoria.

Certottica è così il primo organismo in Veneto ad avere avuto un tale riconoscimento: l'Istituto ha letto in questo risultato un grande successo in un momento di forti incertezze della governance, dell'economia, di difficoltà nell'erogazione di contributi pubblici. Di fronte alla ristrutturazione della classe politica regionale, aver visto riconosciuto il lavoro svolto è per Certottica un ottimo punto di partenza per il futuro. Si tratta di un'attività intensa con cui Certottica è riuscita, per presentare sul bando del POR, ad aggregare 9 cordate di aziende di tutto il veneto e non soltanto di Belluno.

SPECIALE DOLOMITICERT

SICUREZZA GARANTITA PER CORDE E SET DA FERRATA: A DOLOMITICERT È ATTIVA LA NUOVA TORRE DI CADUTA



Implementato a Longarone l'ultimo gioiello del laboratorio Dolomiticert: dopo aver completato la taratura e le ultime verifiche, ora è attiva la nuova torre di caduta per validare le corde dinamiche da alpinismo e i dissipatori di energia utilizzati nelle ascensioni per via ferrata. L'istituto, garante della sicurezza dei dispositivi di protezione, completa così i servizi per l'alpinismo e per l'arrampicata fornendo ai produttori il pacchetto di prove necessarie ad immettere le attrezzature sul mercato.

A tal proposito ricordiamo che, per la tutela del consumatore, tutte le corde per l'alpinismo devono rispondere a requisiti minimi dettati dalla norma EN 892, relativi a caratteristiche come l'allungamento statico e dinamico, forza

massima durante l'arresto, numero di cadute prima della rottura, scorrimento della guaina: solo quelle che soddisfano tutti gli standard ottengono la marcatura CE.

A questo punto, la domanda è: come si fa a verificare la validità di un prodotto? Per riconoscerla è necessario consultare due elementi immancabili: la nota informativa e la marcatura che per le corde è posta su fascette durevoli alle estremità della corda.

Per le corde da alpinismo la nota informativa deve riportare il tipo di corda, diametro, lunghezza, peso per metro, forza di arresto massima, numero di cadute massime sopportabili, scorrimento della guaina, allungamento statico e informazioni supplementari come la vita media del prodotto, le condizioni di manu-

tenzione, oppure lo stoccaggio e la pulizia.

Oltre alla nota informativa, che deve essere sempre fornita con la corda, il dispositivo deve anche avere una fascetta applicata ad entrambe le estremità, con il nome o il logo del produttore, la marcatura CE, il n° dell'ente notificato responsabile per i controlli di produzione del dispositivo, la tipologia di dispositivo (semplice, mezza, gemellare) ed eventualmente il marchio UIAA (Unione Internazionale delle associazioni d'Alpinismo) se la corda soddisfa i requisiti imposti dall'Associazione.

Per i dissipatori di energia utilizzati nelle ascensioni per via ferrata la marcatura deve riportare il nome del produttore, il nome del dispositivo, l'anno di fabbricazione e il n° dell'ente notificato responsabile per i controlli di produzione del dispositivo mentre la nota informativa deve essere presente il numero della normativa EN 958, il nome del produttore, il significato della marcatura corretto, e informazioni generali quali uso del prodotto, la descrizione della manutenzione corretta la vita del prodotto eventuali condizioni climatiche o contaminazioni che possono rendere il dispositivo meno sicuro.

Ma per capire come vengono testati i prodotti, analizziamo nello specifico le due prove, che seguono l'iter previsto dalle relative norme.

CORDE (EN 892)

Questa prova valuta la resistenza della corda d'alpinismo secondo il procedimento previsto dalla norma EN 892. Una massa di 80 kg, se si tratta di una corda singola o doppia, oppure di 55 kg nel caso di una mezza corda, viene sospesa a 2 m e 30 cm rispetto al punto in cui la corda è ancorata e poi rilasciata in modo che entri in tensione dopo circa 4 m e 80 cm di caduta guidata.

Sulla massa viene inserita una cella di carico per valutare la forza durante la fase di arresto della massa stessa da parte del dispositivo, mentre una riga ottica installata sulla

torre di caduta tiene conto dell'allungamento massimo avvenuto durante la fase di arresto della massa cadente. A questo punto entrano in gioco le tecnologie più sofisticate: un software dedicato consente la registrazione dell'andamento della forza mentre un ulteriore software consente la registrazione dell'andamento dell'allungamento e della velocità istantanea.

La torre di caduta consente la movimentazione della massa di caduta grazie ad un paranco comandato tramite pulsantiera esterne e di cui si può regolare la velocità di movimento; la massa è guidata da un sistema di guide metalliche che percorrono la totalità dell'altezza della torre; su due livelli, sono presenti delle passerelle che consentono l'accesso alla torre da parte dell'operatore: esse possono venire abbassate o rimosse grazie ad un sistema pneumatico gestito dall'operatore tramite una pulsantiera. Lo sgancio della massa avviene solamente tramite software e per la sicurezza può essere effettuato solamente inserendo una password: esso avviene grazie al movimento di una coppia di pistoncini pneumatici che aggranciano o sganciano la massa.



DISSIPATORI DI ENERGIA UTILIZZATI NELLE ASCENSIONI PER VIA FERRATA (EN 958)



Tale prova dinamica consiste nel testare dissipatori di energia utilizzati nelle ascensioni per via ferrata (secondo EN 958) utilizzando la caduta guidata di una massa di 80 kg.

Il dispositivo viene sospeso da una barra verticale a mezzo di connettori, interponendo nella catena di sicurezza una cella di carico per la rilevazione della forza; sulla parte terminale del dispositivo viene collegato un piattello

contro cui la massa andrà a sbattere.

La massa viene sollevata di 5000 mm rispetto al piattello e viene fatta cadere in maniera guidata analogamente a quanto descritto per la prova precedente; la massa va quindi ad impattare sul piattello sollecitando il dispositivo; la riga ottica registra l'allungamento del set ferrata mentre la cella di carico registra la forza massima trasmessa al telaio.

www.dolomiticert.it

PRESTO ON-LINE IL NUOVO SITO DOLOMITICERT

Dal 1° gennaio 2011 il sito Dolomiticert cambia volto! Il nuovo portale presenterà meno problemi di fruizione rispetto al precedente e sarà più semplice ed immediato da consultare.

Inoltre, per agevolare i numerosi clienti del Laboratorio, sarà interamente tradotto in inglese!



SPECIALE DOLOMITICERT

DOLOMITICERT E SOCCORSO ALPINO: SIGLATA LA CONVENZIONE PER LA SICUREZZA IN MONTAGNA

Certificazione, normazione, ricerca e formazione: l'accordo triennale insisterà nelle quattro aree di competenza del laboratorio, portando benefici concreti al prezioso lavoro del Corpo



Nuove frontiere per la sicurezza in montagna: è stata siglata lunedì sera un'importante convenzione che vedrà lavorare spalla a spalla il laboratorio di ricerca e innovazione Dolomiticert, specializzato nella certificazione e validazione delle attrezzature per l'alta quota, e il Soccorso Alpino delle Dolomiti Bellunesi. Ad apporre la firma, il Presidente dell'istituto di Longarone, Floriano Pra, e quello del Corpo Nazionale Soccorso Alpino e Speleologico (C.N.S.A.S.) - 2ª Zona Delegazione Dolomiti Bellunesi, Rufus Bristot, che, con una stretta di mano, hanno suggellato l'inizio della nuova sinergia

che promette benefici per la montagna a tutto tondo.

Prima di calarci nello specifico, c'è da sottolineare che gli ambiti di collaborazione tra le due realtà, insisteranno nelle quattro macro-aree di competenza di Dolomiticert - certificazione, normazione, ricerca e sviluppo, formazione - in cui l'Ente, grazie ad un know how consolidato, potrà giovare maggiormente al prezioso lavoro del Soccorso Alpino.

In primis, Dolomiticert realizzerà test su prodotti e materiali, brevettando i dispositivi costruiti ad hoc per il Corpo di sicurezza, o già in uso per determinate manovre di soccorso. Per intenderci, potranno

essere validate le particolari barelle destinate agli interventi sulle piste, oppure attrezzature come gli ancoraggi e le teleferiche. L'obiettivo è



quello di dotare gli uomini del Soccorso di strumenti sempre più idonei alle esigenze estreme degli interventi che sono chiamati ad effettuare.

In campo normativo, invece, Dolomiticert ed il C.N.S.A.S. si impegneranno ad elaborare proposte normative tarate ad hoc sulle esigenze della sicurezza in montagna, con particolare riferimento all'attività del Soccorso Alpino e dell'elisoccorso e a sostenere tali proposte nei gruppi di normazione di competenza. La speranza è quella di poter influenzare l'attuale

legislazione, con il contributo di chi la applica in prima persona.

Per quanto riguarda la ricerca, invece, verranno attivate collaborazioni su progetti nell'ambito dei nuovi materiali e delle soluzioni tecniche da applicare all'attrezzatura per l'alpinismo. Anche in questo caso, l'attenzione si focalizzerà sul Soccorso Alpino e l'elisoccorso.

Infine, Dolomiticert, avvalendosi dell'area formazione certificata del Socio Unico Certottica, potrà diventare un prezioso sostegno per il part-



ner, promuovendo corsi di formazioni specifici, tarati sulle diverse esigenze.

Per dar vita a queste importanti azioni, e per mantenere un aggiornamento costante negli ambiti di reciproco interesse, verrà designato a breve un comitato tecnico-scientifico permanente, composto dagli esperti di entrambe le parti.

DOLOMITICERT INFORMA

CONTINUA LA PREZIOSA SINERGIA TRA IL DISTRETTO DELLE ENERGIE RINNOVABILI ED IL CENTRO STUDI BELLUNESE

Grazie alla sinergia siglata tra il braccio operativo del BIM e Dolomiticert, Struttura Organizzativa del Distretto, sono stati monitorati i finanziamenti del POR, assistiti ed informati gli Enti Pubblici

Con il comune obiettivo di uno sviluppo equilibrato ed eco-sostenibile del territorio bellunese, Dolomiticert, Struttura Organizzativa del Distretto delle Energie Rinnovabili ed il Centro Studi Bellunese, continuano a portare avanti numerose azioni rivolte agli Enti Pubblici della Provincia.

A tal proposito, sono da ricordare le azioni principali previste dalla Convenzione in essere, siglata dal Rappresentante del Distretto, Luigino Boito, e dal Presidente del Centro Studi Bellunese, Antonio Daniele Barattin, con la quale Dolomiticert è diventata a tutti gli effetti **spertello informativo e operativo del Centro Studi Bellunese**.

La Struttura Organizzativa del Distretto si propone di **migliorare l'efficacia delle politiche e degli strumenti riguardanti le energie rinnovabili** per lo sviluppo del territorio e la coesione tra le imprese e gli Enti sottoscrittori del Patto di Sviluppo del Distretto, in primis tramite un costruttivo scambio di in-

formazioni e la condivisione delle esperienze. Dolomiticert si propone anche di **condividere le linee di sviluppo per la montagna veneta** in ordine alle energie rinnovabili e di **analizzare e progettare azioni che producano benefici concreti ai soggetti interessati**. Infine, si rende disponibile a predisporre eventuali indagini preliminari necessarie per la presentazione di proposte progettuali e a seguire le fasi stesse di presentazione della documentazione presso gli uffici competenti.

In concreto, Dolomiticert è stata costantemente impegnata per seguire le dinamiche dei finanziamenti POR rivolti agli enti pubblici tramite l'ufficio euro-progettazione. Dal punto di vista tecnico ha svolto una puntuale assistenza agli enti pubblici e alle imprese private mettendo a disposizione una risorsa umana sia per consulenze dirette che per trasferte nelle sedi dove si prevedeva la realizzazione dei vari interventi, compreso il supporto nella realizzazione delle analisi energetiche a valere sui bandi stessi. Dolomiticert ha garantito anche un costante aggiornamento agli Enti con azioni di comunicazione mirate, e i vertici della società hanno attivato alleanze strategiche a vari livelli istituzionali, con incontri finalizzati al sostegno di ogni rapporto sinergico.

FORMAZIONE

FASHION WEEK END: IL NUOVO SPAZIO DI CERTOTTICA PER CREARE LA MODA

Design, tendenze, fashion, accessori, colori, comunicazione. Sono solo alcuni dei temi proposti da Certottica nella formula dei fashion week end che invita alla creatività, al rinnovamento delle idee per scoprire e comunicare le nuove tendenze della moda. Si tratta di esplorare il mondo dello stile, quel mondo al quale l'occhiale appartiene e ora, proprio nel suo distretto, cerca nuova aria. Perché l'occhiale, come tutti gli altri accessori o

base di esigenze espresse dalle aziende.

Per l'occhiale, come per tutti gli altri accessori o prodotti fashion, è fondamentale oggi non solo riuscire a capire come sarà la moda di domani, ma anche padroneggiare la comunicazione: un prodotto - per quanto eccellente - non esiste finché non viene comunicato e comunicato nel modo più accattivante possibile.

Ecco quindi la proposta di Certottica



Renata Pompas



Francesca Valan



Dante Caretti



Ilaria Danieli

prodotti di moda, ha bisogno di cambiare e adattarsi al mondo trasformandosi in un oggetto internazionale. Poche righe per centrare il cuore dei fashion week end che Certottica ha organizzato sulla

base di esigenze espresse dalle aziende. Per l'occhiale, come per tutti gli altri accessori o prodotti fashion, è fondamentale oggi non solo riuscire a capire come sarà la moda di domani, ma anche padroneggiare la comunicazione: un prodotto - per quanto eccellente - non esiste finché non viene comunicato e comunicato nel modo più accattivante possibile. Ecco quindi la proposta di Certottica che sta organizzando un ciclo di 4 seminari formativi sul tema del colore, dell'accessorio e della comunicazione tenuto da altrettanti esperti di queste tematiche quali Francesca Valan (designer del colore per nomi come Chicco Hitachi, Salomon e altri) Ilaria Danieli (caporedattrice di Vogue Gioiello e Vogue Accessory) e Renata Pompas (specialista nella comunicazione del Colore, Moda-Textile Design, Fiber Art, docente universitario e membro di prestigiose associazioni internazionali del settore) e Dante Caretti di Caretti Consulting (appuntamento ancora da definirsi).

Gli esperti condurranno i partecipanti ad esplorare le direzioni della moda, le tendenze del mercato, le strategie per comunicare al meglio il prodotto nella consapevolezza che i fashion trends più evoluti e innovativi si possono anticipare, che le evoluzioni della moda si possono in una certa misura intercettare e interpretare per progettare il nuovo. Il tocco di genio della creatività è come sempre imprevedibile e auspicabile, ma il successo è soprattutto una questione di qualità e strategia, componenti

che si possono acquisire con azioni formative specifiche e interattive. I seminari sono organizzati ognuno su due giornate, venerdì e sabato: la prima giornata è dedicata a comprendere principi, teorie, metodologie dei diversi settori di indagine mentre nella seconda giornata i partecipanti saranno messi nella situazione di dover produrre, immaginare e creare nel contesto di un laboratorio pratico. A chi si rivolge questa proposta? Non solo a chi lavora nel mondo dell'occhiale e dell'accessorio, ma a chiunque voglia innovare il suo prodotto, arricchirlo di un surplus di appeal, imparare a comunicarlo e presentarlo: dalla calzatura al mobile, dalla lampada al gioiello, dalla scarpa all'alimentare, dall'abbigliamento ai servizi turistici.

È la prima esperienza, sia per quanto riguarda i temi toccati, sia per il calibro degli esperti che interverranno e per la formula organizzativa, nel Bellunese. Certottica assume su di sé il ruolo di en-

te innovatore del distretto proponendo progetti formativi che si basano sempre su nuovi aspetti della produzione e della commercializzazione di un prodotto, in particolare dell'occhiale. Il ruolo di Certottica è quello di essere permeabile ad ogni variazione, a chi sta conquistando il mondo offrendo davvero il meglio alle imprese che ne fanno riferimento. L'Istituto propone il meglio che al momento si trova sul mercato: porterà testimonianze, come quelle di Mykita e Katharina Plattner, insieme alle docenze di cui abbiamo parlato sopra. Certottica varca i confini e offre alle imprese bellunesi la possibilità di attingere ad un mondo davvero innovativo. Con l'obiettivo di sostenere le Pmi che investono in processi di innovazione organizzativa, produttiva o di approcci sul mercato. L'innovazione riguarda elementi quali tecnologia, prodotto, mercato, ma anche l'organizzazione e le persone che devono anticipare e adattarsi ai cambiamenti.

IL CALENDARIO DEI FASHION WEEK END

17-18 dicembre 2010

'Accessori, gli indispensabili della moda'

Ilaria Danieli Caporedattrice di Vogue gioiello, accessorio e pelletteria

21-22 gennaio 2010

'Comunicazione, le tendenze colore'

Renata Pompas, Specialista nella comunicazione forma, dimensione e colore

Marzo 2011

'Colore, la progettazione'

Francesca Valan, designer specializzata nella progettazione del colore

Il quarto fashion week end, che sarà tenuto da Dante Caretti, è in via di definizione.

STILE E DESIGN, UNA SCUOLA TRIENNALE NEL BELLUNESE

'Una scuola permanente per il design: un'idea a cui Certottica lavora da tempo e sta raccogliendo segnali positivi dal territorio.

Si tratterebbe di una naturale evoluzione del corso 'Stile e Design dell'accessorio e della moda' che è ormai arrivato alla V edizione. L'iniziativa è stata appoggiata da Anfao che ha avanzato una formale richiesta all'Assessore regionale alle Politiche dell'Istruzione, della Formazione e del Lavoro Elena Donazan. In questo modo le imprese del distretto dell'occhiale potrebbero contare su un'officina creativa che crea figure professionali qualificate, che producono idee nuove anticipando tendenze e offrendo forti impulsi di

crescita aziendale. Il design oggi ha avuto un'evoluzione importantissima. Il Bellunese è custode della storia dell'occhialeria che ha visto molti imprenditori impegnati nella genialità, nell'ingegno, una forma di design diverso da quello che conosciamo attualmente. Il design come lo si intende attualmente è riconducibile agli anni Sessanta-Settanta quando, anche gli imprenditori bellunesi, sono stati geni davvero creativi. Avevano un'identità che li diversificava ed era curata con molta gelosia: ogni imprenditore aveva dei segreti. Tutto ciò ha dato lustro al Cadore e ha portato anche un forte afflusso di compratori. È grazie alla creatività, oltre alla sapienza del saper fare, che il di-

stretto dell'occhiale è diventato una storia di successo industriale. La creatività, soprattutto oggi, è una parola importante per pensare a continuare nel lavoro dell'occhialeria. Lo spazio creativo è infinito e la formazione è la nuova base del design, bisogna amplificarla dando spazio anche al commercio. Il design è sempre di più l'elemento distintivo.

Da queste considerazioni e sulla base del comune interesse di rispondere ai fabbisogni del territorio, Certottica e la Fondazione Giacomo Rumor - CPV di Vicenza (che ha preso in carico la gestione della Scuola Arte e Mestieri con la finalità di rivitalizzarne l'attività e il legame con il territorio) condividono l'op-

portunità di collaborare alla realizzazione di un ciclo formativo. Si tratta di assicurare alle imprese dei due distretti di riferimento (distretto orafa e dell'occhiale) il profilo professionale del designer capace di tradurre la propria creatività in modelli vincenti sul mercato. Cogliendo gli spunti provenienti dal mercato e dal mondo produttivo, la figura da formare deve sviluppare la capacità di saper percepire i cambiamenti in atto nel mercato e nel gusto in modo da anticiparne gli orientamenti e sviluppare prodotti con un elevato appeal. I designer formati sono in grado di ripensare il rapporto tra impresa e creatività per gestire le sfide competitive contemporanee. Le idee ci sono, quel che

manca è un'azione politica che le renda concrete. La Regione Veneto ha dimostrato molta attenzione per il settore della lavorazione del legno che, da sempre, in provincia di Belluno è avvertito come esigenza primaria: con il sostegno regionale è nata, nel 1981, la Scuola del Legno che ospita un ampio laboratorio di falegnameria completo di macchine professionali -torni, squadratrici, pialle, levigatrici, varie macchine portatili- aule di informatica, aule per la didattica attrezzate con videoproiettore e banchi per il disegno tecnico. La stessa sensibilità dovrebbe essere riconosciuta al distretto dell'occhialeria che, tutt'oggi, risulta la punta di diamante dell'economia bellunese.

FORMAZIONE

INNOVAZIONE HIGT TECH PER OCCHIALERIA E SPORTSYSTEM

Una figura professionale ad alto contenuto tecnologico. E' questo l'obiettivo che Certottica, con la Fondazione per l'Università e l'Alta Cultura in Provincia di Belluno, ha intenzione di raggiungere con il corso di specializzazione "Esperto per l'innovazione di processo nelle Pmi dei distretti dell'occhialeria e dello sportssystem" rivolto a laureati e/o laureandi. Si tratta dell'unico progetto che la Fondazione Cariverona ha ritenuto di co-finanziare in provincia di Belluno. Un motivo d'orgoglio per l'Istituto di Longarone che confeziona i percorsi formativi con grande impegno e sulla base di reali necessità imprenditoriali. Vediamo subito di cosa si tratta.

Il percorso formativo risponde all'esigenza del territorio di disporre di una figura professionale qualificata da inserire nel contesto delle imprese di prodotti ad alto contenuto di innovazione, con particolare riferimento al tessuto produttivo del distretto dell'occhiale e dello sport system. La crisi che ha investito l'economia globale impone una certa riorganizzazione aziendale e, soprattutto, impone l'ottimizzazione dei processi di produzione, problematica comune ai due distretti dell'occhiale e dello sport system, ampiamente diffusi sul nostro territorio.

Le aziende che in Veneto ope-

rano nel mercato dell'articolo sportivo sono organizzate nel distretto dello Sportssystem, diffuso nell'area pedemontana e trevigiana, e sono caratterizzate da un lato da una profonda conoscenza delle caratteristiche di competizione e comunicazione che caratterizzano il mercato, dall'altro da una forte componente tecnologica visto il tipo di prodotto che fa della prestazione elevata una sua

caratteristica vincente, non solo in campo agonistico. All'interno di questo ambito in continua evoluzione è fortemente richiesta la figura professionale dell'esperto in innovazione di prodotto e in particolare di processo dell'articolo sportivo, perché direttamente collegata all'evoluzione tecnica e tecnologica che contraddistingue il settore. La scuola non è ancora in grado di formare tale figura

con le caratteristiche attualmente richieste e diventate imprescindibili per rispondere alle mutate esigenze dettate dal mercato e dai processi di innovazione e riorganizzazione aziendale. In un distretto così globalizzato, che nel tempo ha delocalizzato molte produzioni, mantenendo tuttavia in Veneto il cuore creativo e il

cervello organizzativo bisogna dare una risposta attraverso, appunto, una figura con competenze di alto livello.

L'esperto per l'innovazione di processo nelle PMI dei distretti dell'occhiale e dello sport system si occuperà dello studio e dell'implementazione di processi produttivi innovativi e sarà in grado di identificare le metodologie di azione e di pianificazione orien-

nizzazione dei processi aziendali, assistere attivamente alle attività di progettazione, di preparazione e di prototipazione, favorire l'interazione tra le fasi di progettazione, di industrializzazione, di marketing e di gestione del processo innovativo. La continua e veloce evoluzione tecnologica determina per le aziende dei due distretti coinvolti un duplice bisogno: rinnovare il parco tecno-

logico attraverso l'innovazione di prodotto e di processo da una parte, avvalersi di figure professionali innovative, in grado di inserirsi nei processi produttivi apportando innovazione, per migliorare la performance e la competitività. L'esperto per l'innovazione di processo, profilo strategico per lo sviluppo di comportamenti innovativi all'interno dell'azienda, lavora con la progettazione del prodotto, presidia le attività e valuta l'andamento della produzione, proponendo interventi di regolazione/ottimizzazione del processo e soluzioni innovative/migliorative relative all'utilizzo di tecniche, macchinari e materiali nuovi o alternativi. Cura l'adeguamento delle tecnologie di produzione, intervenendo

su problemi relativi al ciclo produttivo e ai flussi logistici e operativi. Favorisce all'interno dell'azienda la diffusione di informazioni e l'accesso a strumenti utili ad accelerare l'introduzione di nuove soluzioni tecnologiche e organizzative, svolgendo un ruolo di mediazione e facilitazione tra i livelli direttivi e operativi. L'attualità del profilo formato poggia sui seguenti due assi: polivalenza, intesa come capacità di operare integrando le diverse tecniche e tecnologie; polifunzionalità, intesa come capacità di orientarsi per ricoprire diversi ruoli e di operare correttamente in essi. A tale riguardo non è più sufficiente limitarsi ad un saper fare, acquisito direttamente sul posto di lavoro; la globalizzazione impone la capacità di utilizzare al meglio le nuove tecnologie produttive ed i processi informatici per garantire l'applicazione delle innovazioni e delle nuove soluzioni tecniche. Alla conclusione del percorso formativo l'esperto formato trova collocazione in aziende del distretto dell'occhiale e dello sportssystem, di varia dimensione e tipologia, nell'ambito di unità/attività di produzione, ma anche in società di servizi alle imprese che svolgono funzioni di consulenza e assistenza alle aziende del territorio per l'innovazione di prodotto e/o di processo.



La preparazione professionale apre molte porte

tate alla realizzazione di nuovi prodotti. Un profilo del genere è, quindi, capace di rilevare i fabbisogni dei clienti, definire le specifiche tecniche e tecnologiche del prodotto, assicurare la qualità funzionale del prodotto, controllare, razionalizzare e migliorare i processi produttivi, partecipare alle attività di analisi e di riorga-

nizzazione del prodotto, presidia le attività e valuta l'andamento della produzione, proponendo interventi di regolazione/ottimizzazione del processo e soluzioni innovative/migliorative relative all'utilizzo di tecniche, macchinari e materiali nuovi o alternativi. Cura l'adeguamento delle tecnologie di produzione, intervenendo

COLORI E DESIGN PER UN PRODOTTO A TECNOLOGIA-ECO

Il design industriale? Fattore competitivo di un'azienda. E' attorno a questo concetto che ruota il progetto Interreg IIIA Italia Austria 2007-2013 intitolato 'Il design del futuro: materiali, forme, colori ed emozioni per un processo di successo' che Certottica sta realizzando con Friuli Venezia Giulia e Carinzia. Con un'idea progettuale così chiara i tre partner di progetto - Certottica, Agemont e l'Università di Klagenfurt - hanno un obiettivo molto ambizioso: creare un prodotto innovativo ed eco-sostenibile che abbia successo sul mercato. Vediamo nel dettaglio di cosa si tratta.

Il progetto. Nell'ambito della cooperazione territoriale che sottende il progetto, ogni partner dovrà sviluppare in comune la ricerca applicata ad un prodotto-simbolo del proprio territorio: Certottica si concentrerà sul prodotto occhiale, il Friuli sui coltelli e la Carinzia sul prodotto legno. Il design sarà il minimo comune denominatore del progetto. Le scelte di design, che rappresenta il punto di incontro tra forma e tecnologia, bellezza e funzionalità, possono incidere sui costi di produzione migliorando la competitività dei prodotti.

Nello specifico l'intervento è finalizzato a trasferire alle piccole e medie imprese dell'area transfrontaliera cultura, conoscenze, tecniche e metodologie del design industriale supportandole nella fase di analisi del mercato, progettazione o sviluppo e comunicazione dei loro prodotti in un'ottica di sostenibilità ambientale. L'idea progettuale si svilupperà attraverso cinque passi fondamentali.

Il primo passo comprende tutte le attività trasversali di gestione, rendicontazione e coordinamento tra partner e con esperti esterni necessarie per pianificare le attività e il monitoraggio dell'avanzamento fisico e

finanziario del progetto. Dopodiché, e questo rappresenta il secondo passo, sarà svolta l'attività di analisi per definire le caratteristiche degli utenti finali e le tipologie di impiego di un determinato prodotto. Si tratta anche di identificare competitor, risorse e tecnologie disponibili e approfondire l'identità delle aziende coinvolte nel progetto. Con il terzo passaggio, si entra nel vivo del progetto: le aziende, infatti, saranno protagoniste insieme ai partner collaborando attivamente alla riuscita dell'idea progettuale. In questa fase saranno, infatti, realizzati i primi bozzetti dei prodotti che poi saranno selezionati con le imprese stesse e successivamente verranno trasformati in modelli virtuali. Ogni azienda farà capo ad uno dei tre partner nella realizzazione di un prodotto caratteristico del proprio territorio: quindi Certottica procederà a realizzare un paio di occhiali, Agemont prenderà in esame i coltelli coerentemente al distretto a cui appartiene e, infine, l'Università di Klagenfurt si occuperà di realizzare un oggetto in legno e trasferire il proprio know-how. Tra gli elementi esaminati ci sarà il colore. Il colore caratterizza fortemente il design, ne è parte integrante. Così in questa fase, il laboratorio di sperimentazione del colore sarà sviluppato al massimo e sarà focalizzato sull'uso dei diversi sistemi cromatici, sulle prove di codifica dei colori e sulle finiture e, inoltre, è prevista la creazione di un database e la campionatura di nuovi materiali eco-innovativi. Design a tutto colore, insomma.

Le ultime due fasi prevedono, invece, un momento comunicativo attraverso il quale far conoscere i risultati del progetto. I tre partner avranno il compito di organizzare convegni e promuovere i risultati attraverso vari eventi, in ciascuna regione.



Certottica scrl in collaborazione con Agemont e l'Università di Klagenfurt

presenta

DESIRE

IL DESIGN DEL FUTURO: MATERIALI, FORME, COLORI ED EMOZIONI PER UN PRODOTTO DI SUCCESSO

EVENTO di presentazione progetto

Venerdì 21 gennaio

ore 9.30

presso Sala Convegni "Barberini" di Certottica z.i., Villanova 7 - 32013 Longarone (BL)

Argomenti:

Presentazione del progetto DESIRE <small>relatore</small> Luigino Boito - Direttore Generale di Certottica scrl	Il ruolo del design per il successo del prodotto <small>relatore</small> Silvia Bisconti - Fashion Director di Maliparni
Colori e finiture nel settore delle occhialerie <small>relatore</small> Francesca Valan - Specialista nella progettazione del colore	Ecodesign: progettare in armonia con l'ambiente <small>relatore</small> Angelika Tisch - Università di Klagenfurt
Materiali e trattamenti superficiali innovativi per il settore delle occhialerie <small>relatore</small> Gianmario Paolucci - Università di Padova	Il design della comunicazione: le strategie per affrontare il mercato <small>relatore</small> Francesca Ballini Richards - Agenzia di comunicazione FBR Europe Milano

Obiettivi:

Aumentare la competitività delle PMI

Realizzare prodotti di design relativi a forma, estetica dei colori, dei materiali, delle finiture

Trasferire alle PMI la cultura, le conoscenze, le tecniche e le metodologie del design industriale

Laboratorio di prototipazione per la ricerca di nuovi materiali, prototipi, idee innovative

La partecipazione all'evento è gratuita

PER INFORMAZIONI E ISCRIZIONI Certottica scrl Z.I. Villanova, 7/A - 32013 Longarone (BL)
Tel 0437 573157 Fax 0437 573131 formazione@certottica.it www.certottica.it

CONTRIBUTO
REGIONE DEL VENETO

RICERCA E INNOVAZIONE

I PROGETTI QUI PUBBLICATI SONO STATI AMMESSI DALLA LEGGE REGIONALE 8/2003. BANDO 2010

CONTRIBUTO
REGIONE DEL VENETO

PROGETTI DI RICERCA, CERTOTTICA INVESTE INSIEME ALLE AZIENDE

Investire in ricerca per innovare prodotto e processo, un punto di importanza strategica per un'azienda che vuol restare sul mercato. La ricerca di base alimenta continuamente il sapere tecnologico, ben al di là dei ritorni immediati sul piano applicativo. Non dobbiamo dimenticare che l'approfondimento tecnologico riguarda qualcosa che fa già parte del nostro patrimonio di conoscenze e che può solo essere migliorata, mentre la ricerca sul nuovo può continuamente aprire nuovi orizzonti e fornire approcci completamente diversi anche alla soluzione di problemi noti. Certottica tiene conto di entrambi gli aspetti quando affronta un progetto di ricerca, sia dal suo sviluppo in laboratorio sia dal suo sviluppo amministrativo. Con questo spirito Certottica ha presentato 10 progetti, di cui ben 9 (come già detto nell'articolo precedente) sono stati ammessi in graduatoria, partecipando al bando 2010 del Piano Operativo Regionale -POR. L'Ufficio Europrogettazione di Certottica ha individuato nell'azione 1.1.2, a favore dei processi di trasferimento tecnologico e allo sviluppo di strutture di ricerca interna alle imprese, lo strumento migliore per poter accedere al finanziamento dei progetti. Certottica, nella presentazione di questi progetti, ha svolto la consulenza per tutti gli adempimenti amministrativi che il bando richiede. La consulenza rappresenta uno dei servizi che Certottica ha deciso di rafforzare

sia per quanto concerne la partecipazione delle aziende a bandi per finanziamenti pubblici sia per il sostegno normativo per la circolazione di merci sui mercati mondiali. Leggendo, di seguito, i progetti presentati ci si accorgerà che le aziende titolari della ricerca non sono affatto appartenenti al distretto dell'occhialeria. Certottica ha scelto di muoversi in una dimensione multidistrettuale per cui ogni impresa, indipendentemente dal distretto di appartenenza, può affidarsi all'Istituto per la partecipazione di un progetto a un bando. Dopodiché l'impresa può decidere di continuare a farsi assistere da Certottica per lo sviluppo della ricerca scientifica in laboratorio oppure sviluppare la ricerca nei propri laboratori. Come si nota l'intento dell'Istituto è quello di offrire un servizio a 360 gradi. **'Sviluppo di un prototipo di occhiale interamente realizzato in fibra di carbonio'**.

Proponente Silcon Plastic

Attualmente sul mercato esistono molti componenti in fibra di carbonio. Tuttavia queste applicazioni richiedono una fibra di carbonio con caratteristiche di tenacità e rigidità, proprietà intrinseche della fibra stessa. Quello che manca sul mercato è un prodotto costituito interamente da una fibra di carbonio che sia flessibile, proprietà che non spetta, di regola, alla fibra di carbonio. Nel settore occhialeria esiste già un occhiale in fibra di carbonio, ma rigido e, per problema-

tiche di lavorazione, questo occhiale non è per intero costituito da fibra di carbonio ma solo alcune sue parti. La fibra di carbonio si presenta morfologicamente come un tessuto, per cui le superfici piane sono esteticamente belle presentando le varie tessiture, non si può dire lo stesso per le parti laterali che mostrano degli sfilacciamenti. Raggiungere i risultati attesi da questo progetto vorrebbe dire mettere a disposizione di altri settori, diversi dall'occhialeria, come moda e sport, un nuovo materiale di peso notevolmente inferiore in grado di innovare l'estetica garantendo le stesse performances dal punto di vista della durezza.

'Aumento delle prestazioni antigraffio e antiappannamento di lenti in vetro e in polimeri termoplastici con l'impiego del plasma freddo'

Proponente Certottica

Per Certottica questo progetto si inserisce in un percorso di ricerca che ha visto l'istituto divenire un centro di eccellenza nella sperimentazione delle tecniche del vuoto per i trattamenti delle superfici.

Nel 2008, nell'ambito del progetto "Metalizzazione selettiva di materie plastiche mediante la tecnica Laser Enhanced Plating", ha acquisito un impianto da laboratorio PECVD con generatore kHz e sta conducendo studi sull'attivazione superficiale dei materiali polimerici. Nel 2009, nell'ambito del progetto

"Studio sull'applicabilità della tecnologia PECVD nella produzione industriale di rivestimenti protettivi trasparenti nanotecnologici per la finitura delle montature per occhiali", è stato acquisito un impianto pilota con generatore MHz frutto dello sviluppo condotto con la diener electronic: il ruolo principale di Certottica sarà dunque quello di mettere a disposizione del progetto l'hardware, il personale specializzato nella sua gestione e il bagaglio di tecnologia già disponibile.

Tramite questo progetto Certottica intende consolidare la sua posizione di leadership in questo ambito *hi-tech*.

Per De Rigo Vision le maggiori conoscenze e competenze derivanti da questa ricerca permetteranno all'impresa, che da anni conduce le ricerche sull'applicabilità delle tecniche del vuoto, di migliorare ulteriormente le competenze nel campo delle nanotecnologie.

Anche per la Sover, che ha nell'occhiale da sole il suo core business, l'innovazione sul prodotto lente costituisce un fattore strategico al quale affidare un ruolo rilevante per il suo successo. Al di là dunque delle competenze tecniche specifiche, il ruolo dell'azienda sarà quello di indirizzare la ricerca verso obiettivi che abbiano un riscontro presso il consumatore e che dunque costituiscano un reale miglioramento del prodotto.

A CERTOTTICA IL GENERALE DEI CARABINIERI LAVACCA



Da sinistra F. Pra, L. Boito e il Gen. Lavacca con i suoi collaboratori

Un progetto ad alta tecnologia che ha incuriosito l'Arma dei Carabinieri e la possibilità di un Protocollo d'Intesa per progetti futuri. Sono questi i motivi che hanno portato a Longarone il Generale Pasquale Lavacca capo del III Reparto dello Stato Maggiore del Comando Generale dell'Arma dei Carabinieri - incarico di massima responsabilità nella direzione dei programmi di ammodernamento e di mantenimento di sistemi e tecnologie impiegate per le attività operative e info-investigative e nella gestione strategica degli armamenti ed equipaggiamenti speciali. Due anni fa Certottica ha elaborato uno studio di un occhiale polifunzionale, accessorio con bluetooth, trasponder, Arva, fotocamera e sistema di illuminazione a Led (progetto finanziato dalla Regione Veneto attraverso la legge dei distretti 8/2003) che ora ha ricevuto l'attenzione dell'Arma. Il progetto, se ci sarà una collabora-

zione con l'Arma, andrebbe rivisto alla luce delle esigenze militari. L'incontro tra i vertici di Certottica - il presidente Floriano Pra e il direttore Luigino Boito - e il III Reparto di Comando - il Generale Lavacca e i suoi collaboratori, il Colonnello Alessandro Casarsa - Capo Ufficio Armamento ed Equipaggiamenti Speciali- e il Tenente Bruno Mariotti, è servito per presentare lo studio di fattibilità dell'occhiale polifunzionale di Certottica. L'obiettivo della ricerca è stato quello di aumentare l'innovazione tecnologica per rinnovare la funzionalità del prodotto occhiale e incrementare la qualità del prodotto per qualificare la produzione del distretto dell'occhiale focalizzandola su caratteristiche di novità. Tutta la questione ha interessato l'Arma dei Carabinieri. Un occhiale dotato di dispositivi informatici - è stato detto durante la riunione- potrebbe trovare applicazione nell'equipaggiamento

degli artificieri. Se l'Arma dovesse approfondire una collaborazione con l'Istituto di Longarone si tratterebbe di ripresentare la ricerca calibrata sulle necessità dei militari. L'incontro è proseguito con la visita ai laboratori di Certottica e Dolomiticert, la società partecipata da Certottica che si occupa della certificazione dell'attrezzatura sportiva e da lavoro. Ai militari è stata illustrata l'attività del laboratorio: da qui si è aperta l'opportunità di una collaborazione con Dolomiticert in ragione del fatto che le forze dell'ordine hanno la necessità di rivolgersi a Istituti che garantiscano la neutralità dei rapporti di prova per l'equipaggiamento, per esempio, dei Carabinieri motociclisti. Dolomiticert certifica tutta l'attrezzatura da motociclista, dalla scarpa al casco, e non solo. Nel complesso l'attività di Dolomiticert interessa all'Arma per i test di prova che vengono effettuati su particolari capi di abbigliamento. 'Questo incontro rappresenta un primo passo per poter stipulare un Protocollo d'Intesa per progetti dedicati' ha affermato alla fine il Generale Lavacca 'potrebbe configurarsi la possibilità di una collaborazione a tre, che coinvolga anche l'Università'. Da parte sua il direttore generale di Certottica e Dolomiticert Luigino Boito ha affermato 'mi auguro che

il Protocollo si possa fare poiché rappresenterebbe un passo importante per il nostro Istituto e spero che Certottica e Dolomiticert possa rappresentare per l'Arma due laboratori di riferimento poiché, in virtù dell'accreditamento Accredia, sono garanzia di neutralità e trasparenza'. Il Generale dei Carabinieri ha risposto affermativamente. Durante l'incontro è intervenuto Roberto Da Forno, docente di Ingegneria Meccanica dell'Università di Padova e rappresentante del Multiphysicslab, un cen-

tro per l'innovazione tecnologica di Domegge di Cadore creato con il fine di favorire e sostenere la competitività delle imprese e dei territori, che fa sistema con Certottica e Dolomiticert nella presentazione e nello sviluppo dei progetti di ricerca. Il professore ha delineato l'attività comune svolta con l'Istituto di Longarone e si è soffermato, poi, sull'attività del centro cadorino che potrebbe sviluppare progetti su tessuti particolari come, per esempio, giubbotti antiproiettile.



CERTOTTICA News

PERIODICO DI INFORMAZIONI TECNICHE
DIRETTORE RESPONSABILE
LUIGINO BOITO

AUTORIZZAZIONE DEL TRIBUNALE
DI BELLUNO N. 7.11.1994

SPED. IN ABB. POST. - 70% - FILIALE DI BELLUNO

ANNO XVI N. 3
EDIZIONE
DICEMBRE 2010

32013 LONGARONE (BL)
ZONA INDUSTRIALE LOC. VILLANOVA
© 0437.57 31 57 - Fax 0437.57 31 31

www.certottica.it
e-mail: info@certottica.it

IN REDAZIONE:
Benedetta Costantin
HANNO COLLABORATO:
Simona Agnoli, Martina Armellin,
Angela Da Rolt, Tiziana Gabas,
Lucia Maracchi

PROGETTO
ERONDA GRAPHIC DESIGN STUDIO

REALIZZI E STAMPA
TIPOGRAFIA TIZIANO
PIEVE DI CADORE