

AREO

argomenti e opinioni di unindustria treviso

n. 45 giugno 2013

**imprese
lavoro
società**

ASSEMBLEA GENERALE 2013

a Possagno. La Ricerca in Spark si avvale di risorse ad alto livello di specializzazione che consentono uno sviluppo tecnologico in grado di anticipare nuovi modelli sperimentali e a realizzare soluzioni industrializzabili.

Ne è un esempio è la nuova linea di sistemi di cogenerazione Antonio Canova, destinata a Pmi, residenziale di medio-grandi dimensioni, terziario e settore agricolo.

Efficienti ed affidabili, le soluzioni proposte rispondono pienamente al sistema di incentivi entrati in vigore dal primo gennaio 2013 grazie a flessibilità, alte performance e disponibilità di piccola taglia. Consentono, inoltre, secondo l'approccio sartoriale di Spark, un elevato livello di personalizzazione, rispondendo alle specifiche esigenze installative o di capitolato richieste dai clienti. Grazie ad un attento lavoro dell'ufficio progettazione e alla curata selezione delle singole componenti impiantistiche, la nuova linea combina in modo ottimale specifiche dell'impianto e rapporto costo/qualità.

Cuore della Linea Canova e risultato dello spirito innovativo Spark, il sistema di controllo Tecs (Total Energy Control System) consente la massima efficienza del motore e del cogeneratore, garantendo un regime di funzionamento perfetto. La tecnologia Tecs, infatti, consente di gestire la ripartizione di carico, la sincronizzazione e la carburazione tramite un sistema integrato che opera su tutti i parametri, tra cui temperatura, pressione e composizione miscela, ottimizzando il rendimento di tutto l'impianto. I vantaggi nei costi di gestione sono riscontrabili in: minori tempi di fermo macchina e maggior efficienza dell'impianto, maggiore longevità del motore e minori emissioni inquinanti.

Nato nel 2010 da un progetto di Giorgio Cavagnera, DSFGROUP, di cui Spark è l'azienda di punta, è oggi una realtà strutturata, in grado di promuovere l'eccellenza italiana nel settore dell'energia distribuita in tutto il mondo. Quest'anno l'azienda, infatti, è stata protagonista di un importante processo di internazionalizzazione con l'apertura della nuova sede brasiliana a San Paolo, con un investimento di 2,3 milioni di euro.

La fabbrica per la produzione di sistemi di cogenerazione a Indaiatuba, a 80 chilometri da San Paolo e facente capo a Spark Energy do Brasil, produrrà in una prima fase sistemi di cogenerazione con una potenza massima di 200 kWe, destinati al mercato brasiliano e a quelli degli altri Paesi sudamericani. "Il Brasile è un mercato attraente per un Gruppo come il nostro, che da oltre 25 anni si occupa di Generazione di Energia Distribuita. Le sue risorse agricole, la produzione di gas naturale, un quadro normativo favorevole e la naturale predisposizione del clima sostengono soluzioni efficienti per la produzione di energia. La cogenerazione - in particolare da biogas - rappresenta una valida alternativa alla più costosa realizzazione delle tradizionali centrali elettriche. Rappresenta un'opportunità specialmente per un'industria sempre più in espansione, come quella brasiliana, che necessita di energia affidabile e che sia di sostegno alla crescita del Paese. Il nostro stabilimento produttivo ad Indaiatuba, l'approccio sartoriale alle esigenze del mercato e la competenza tecnica maturata in Europa sono la prova del nostro impegno internazionale". Conclude Cavagnera: "Siamo certi che una presenza localizzata ci consentirà di gestire in modo propositivo e vincente l'intera filiera le-

gata all'efficienza e alla produzione di energia". www.sparkenergy.it
www.dsfgroup.eu

ADL INGEGNERIA INFORMATICA

Katabiz, applicazione per tablet, iPad ed Android Galaxy ideata e sviluppata



to da ADL Ingegneria Informatica di Conegliano, è stata premiata dal Politecnico di Milano, allo Smau, come una delle App Business maggiormente innovative e per la sua usabilità e inter-



Katia Marchesin e Filippo Renga, School of Management Politecnico di Milano

faccia grafica, curata e intuitiva. L'applicazione era inoltre stata segnalata al Premio Innovazione IT Europa 2013 European IT e Software Excellence Awards 2013 per la categoria Mobility and Communications Solution of the Year. Il premio IT Europa 2013, rivolto a fornitori di software indipendenti e sviluppatori, seleziona applicazioni innovative sviluppate per rispondere al meglio alle esigenze delle aziende e del mercato business. Katabiz è una soluzione di Mobile marketing management che permette di

utilizzare il tablet, iPad o Android Galaxy, in sostituzione alla tradizionale presentazione cartacea dell'azienda e del catalogo prodotti e servizi, illustrando le potenzialità dell'azienda stessa ed offrendo una vasta gamma di utilities, per sviluppare il proprio business ed incrementare le vendite gestendo clienti, agenti, listini, ordini e preventivi tramite una innovativa mobile application operativa sia on-line (connessa ad internet) che off-line (disconnessa da internet), e connessa al proprio sistema gestionale aziendale.

Con Katabiz è possibile presentare i propri prodotti organizzati in molteplici livelli di categorie e sottocategorie, allegando informazioni tecniche e commerciali, foto, video, materiali multime-



diali, listini prezzi e sconti eccetera. Gestisce agenti, clienti e listini di competenza e può essere impostato con la lingua di lavoro desiderata, per essere utilizzato in qualsiasi parte del mondo. In questo modo gestire preventivi, ordini e transazioni per incrementare le vendite ed il fatturato nel mondo è semplice ed immediato.

Katabiz permette di personalizzare il la-

yout e la visualizzazione dei prodotti, organizzare la propria forza vendita gestendo informazioni commerciali, geolocalizzazioni e feedback attività.

ADL Ingegneria Informatica è presente dal 1995 nel settore dello sviluppo software e dell'innovazione tecnologica per sistemi informatici aziendali moderni.

www.katabiz.it, www.adlgroup.it

VALDO

Valdo S.p.A. di Valdobbiadene ha chiuso il 2012 con un fatturato che cresce del 6% e raggiunge quota 40,4 milioni di euro e 10,3 milioni di bottiglie vendute nel mondo (+12% sul 2011), di cui 8,8 milioni Doc e Docg. Gli investimenti hanno toccato 1,5 milioni di euro.

Le performance sono state positive sia sul fronte del mercato interno (+4,8% a valore), dove l'azienda vanta una ponderata in grande distribuzione del 64, che sui mercati internazionali (+12% a valore), confermando un successo che assume ancora più valore se analizzato considerando la difficile congiuntura economica attuale. In particolare, in Italia, a fronte di un mercato Spumante che cala del 3% a volume, il segmento secco cresce del 2,3%. Qui, Valdo detiene la leadership con una quota del 9,7% a volume (il primo competitor è fermo al 7%). Analizzando nel dettaglio il segmento del Prosecco, che cresce dell'1,8% a volume, Valdo si conferma nuovamente leader in costante crescita con una quota del 13,6% a volume (+7,5% sul 2011) e del 15,9% a valore (+8,3% sul 2011).

Del resto, l'azienda produce il Prosecco più venduto in grande distribuzione in Italia, il Marca Oro Spumante Valdobbiadene Prosecco Superiore

Docg Extra Dry. Una referenza che detiene una quota a volume dell'11,4% sul totale Prosecco (+0,8% sul 2011), distaccando il primo competitor di oltre 3 punti percentuali. Sono 1,9 milioni le bottiglie di Marca Oro vendute in Italia nel 2012 e ben 4,7 milioni nel mondo (circa il 49% del totale di bottiglie vendute dall'azienda).

Grandi soddisfazioni anche dai mercati esteri, dove Valdo sviluppa il 37% del proprio giro d'affari, con una presenza in oltre 40 Paesi, sia europei che extraeuropei. A fianco dei mercati storici, in primis la Germania, dove



l'azienda realizza i maggiori volumi, crescono Usa, Russia, Svizzera, Canada, Gran Bretagna e Austria.

“Siamo certamente orgogliosi di questi risultati – ha affermato Pierluigi Bolla, Presidente di Valdo – ottenuti in un

**Unindustria Treviso
ringrazia
per la collaborazione
nella realizzazione
dell'Assemblea
Generale 2013**

si ringrazia per la collaborazione



con il contributo di



mion ventoltermica
DEPURAZIONI SPA



Impresa Semplice



Unindustria Treviso sostiene



Unindustria c'è

Nel corso di questi difficili anni Unindustria Treviso è stata protagonista di una grande trasformazione che ha seguito due grandi direttici: la ricerca di una sempre maggior capacità di comprensione delle esigenze espresse dalle imprese e la messa a punto di una nuova generazione di servizi. Per sottolineare questo impegno nasce il marchio "Unindustria c'è". Non si tratta di una semplice campagna di comunicazione, ma di un impegno morale e operativo che l'Associazione assume nei confronti di ciascuna impresa associata. "Unindustria c'è" è anche lo slogan e il segno grafico attraverso il quale verranno identificate le iniziative di promozione e di informazione riferite ai nuovi servizi. In un momento storico, in un mercato e in una società segnati dalle incertezze, come anche dalle opportunità, Unindustria c'è! Gli imprenditori trevigiani ci possono contare.



UNINDUSTRIA TREVISO

una opportunità da condividere