

# ARTEO

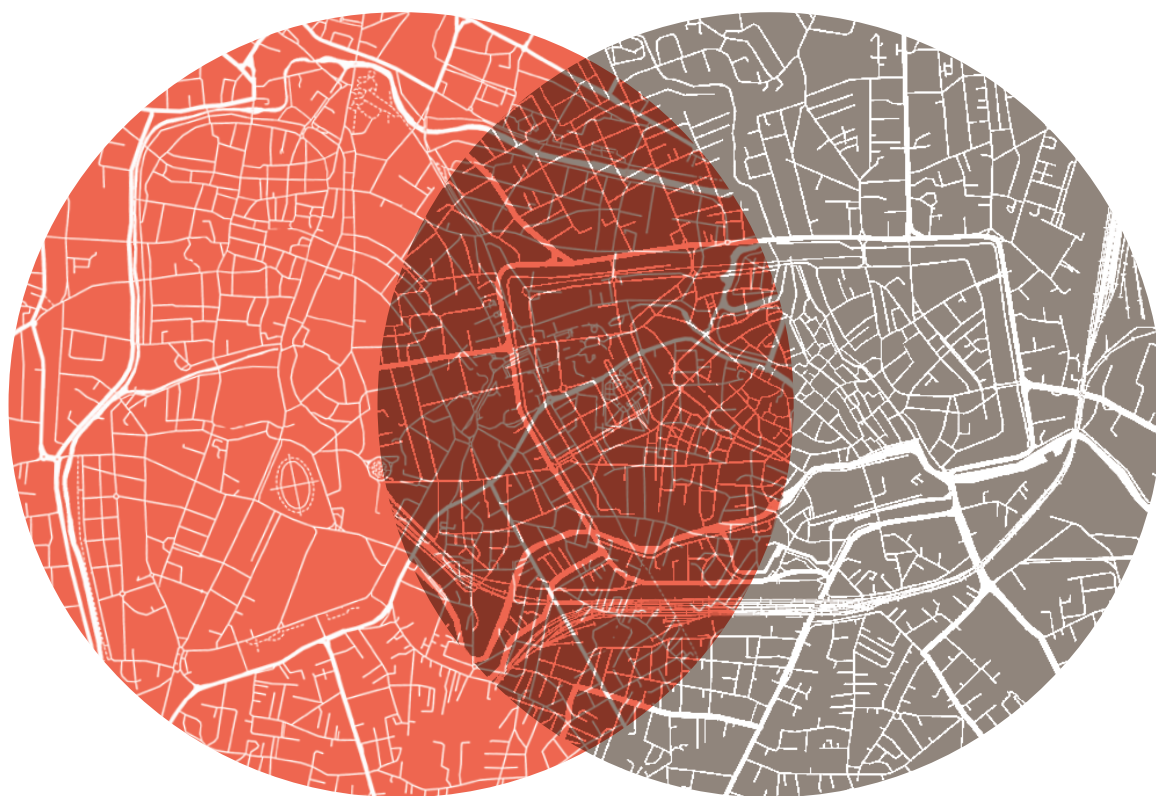
Argomenti e opinioni  
di Unindustria Treviso  
e di Confindustria Padova

n. 56/ giugno 2017

**Verso  
la nuova  
fabbrica**

**Giovani/  
Scuola/  
Lavoro**

**Rileggere  
Comisso:  
Padova e Treviso**



**Padova**

**Treviso**

sizione della famiglia e delle persone. Anche se in Divisione Sanità, non va dimenticato il ruolo importante di Castel Monte in provincia di Treviso nell'assistenza di soccorso e trasporto sanitario.

La forza d'intervento, insieme al rafforzamento della sua qualità, prende ulteriore peso con l'accordo che Castel Monte ha attivato con la Rete ComeTe, servizi per la cura e il benessere delle famiglie e persone. Una rete che opera in quattro regioni (Abruzzo, Emilia Romagna, Friuli Venezia Giulia e Veneto). Offre servizi personalizzati di welfare a singole persone e famiglie, ma anche progetti di welfare aziendali per aziende o loro filiere. Il Presidente della Castel Monte, Giuseppe Possagnolo, a commento dell'importante accordo e del rinnovato impegno della Castel Monte, ha detto: "Con questo accordo Castel Monte rafforza e radica la sua forza sul e con il territorio della Marca, dove ha solide radici e la ragione principale del suo essere impresa sociale. Mette a disposizione della cooperazione sociale e delle persone che hanno bisogno di essere accudite la sua esperienza professionale e capacità di relazione. Punto forte della nostra azione non è la semplice fornitura di servizio ma il prendersi in carico della persona bisognosa, soprattutto il debole o fragile e di accompagnarla in un confronto costante nell'interesse del cliente. Questo progetto di welfare garantisce sia la qualità e l'organizzazione della risposta, che è sempre e comunque molto personalizzata alla domanda delle singole persone o famiglie.

Nello stesso tempo lavora, coerentemente con la propria missione sociale 'persone che si occupano di persone', a creare nuove idee ed organizzazioni per un nuovo sistema di welfare e di sussidiarietà sociale, che tiene conto della persone e dell'organizzazione territoriale".

Foto: Giuseppe Possagnolo

[www.castelmonteonlus.com](http://www.castelmonteonlus.com)

## ABS GROUP



ABS Group S.r.l. di Vittorio Veneto è stata classificata tra le aziende e società più dinamiche in Europa tra il 2012 e il 2015 con la classifica FT1000 realizzata dal Financial Times, che presenta le realtà imprenditoriali che più si sono distinte per l'incremento del fatturato e delle assunzioni di personale.

L'azienda ha presentato a marzo, in occasione di Euroshop di Dusseldorf, la più importante fiera internazionale dedicata al retail e allo store design, ABSolutely™, un innovativo sistema allestitivo in alluminio e tessuto con tecnologie integrate, per progettare allestimenti funzionali, dinamici e coinvolgenti. ABSolutely™ si basa sull'utilizzo delle strutture in alluminio e tessuto, completate dall'aggiunta di una vasta gamma di accessori, di supporti multimediali e di funzionalità, integrate con sistemi di retroilluminazione dinamica, di riduzione del riverbero acustico, di diffusione del suono e di movimentazione dei singoli moduli. Ad Euroshop ABS Group ha realizzato uno stand suggestivo ed esperienziale, articolato in diverse aree, che presentavano tutte le caratteristiche e le possibilità allestitiviche offre ABSolutely™. Dallo spettacolare effetto dei lightbox dinamici – assoluta novità in Europa nel settore allestitivo – in cui la retroilluminazione interattiva consente di mettere in risalto aree specifiche della grafica tramite la programmazione degli effetti dinamici dei Led, al sistema di movimentazione degli elementi, che possono scorrere e ruotare a seconda delle esigenze.

Ha presentato inoltre la vasta gamma di accessori per i wall in tessuto, dalle mensole in vetro ai porta brochure, dai cassettoni agli appendiabiti, da fissare direttamente sulle strutture in alluminio o attraverso dei supporti magnetici, che consentono di attrezzare le pareti in numerosi modi diversi, generando un particolare effetto di 'sospensione' degli elementi esposti.

All'interno dell'experience room allestita nell'area centrale dello stand, i visitatori hanno sperimentato la riduzione del riverbero acustico grazie ai pannelli fonoassorbenti inseriti nelle strutture e allo stesso tempo ascoltare la musica diffusa dal sistema audio integrato, il tutto accompagnato dal movimento delle luci sulle pareti, generato dalla retroilluminazione dinamica dei Led. Nelle pareti esterne dell'experience room, infine, è stata presentata la componente interattiva del sistema: nel momento in cui il visitatore movimentava il modulo scorrevole, sul monitor integrato poteva visualizzare a video di approfondimento di ABSolutely™.

È continuata la collaborazione tra 3M e ABS Group, che anche quest'anno, in occasione della Milano Design Week, è stata scelta per realizzare "La Capsula della Memoria" l'installazione a cura della multinazionale americana, in collaborazione con Studio Urquiola.

Il progetto è stato ideato per presentare uno dei materiali più innovativi di 3M, il liquido Novec, un fluido trasparente ad alte prestazioni, utilizzato in diversi settori per l'alta capacità estinguente. All'interno dell'installazione di 3M-Urquiola esso ha assunto un nuovo significato, legato alla protezione e conservazione dei materiali, che racchiudono in sé la memoria di un tempo e un luogo. La Capsula della Memoria si presentava come un ambiente semiaperto, costituito da una struttura in alluminio arricchita da una serie di strisce in poliestere fissate lungo il perimetro esterno del soffitto, che conferivano all'installazione un effetto dinamico e riflettente di forte impatto visivo.

Al centro della Capsula hanno trovato posto quattro teche contenenti monitor, macchine fotografiche ed altre tecnologie immerse nel liquido Novec, che consente di proteggerle e mantenerle funzionanti e intatte nel tempo. Sempre in occasione della Design Week, Domus ha raccontato la città di Milano con

una mostra-installazione disegnata da Dontstop Architettura ed interamente realizzata e allestita da ABS Group. Attraverso un allestimento che suddivide gli ambienti in aree tematiche, Milano è stata analizzata, raccontata e immaginata. Indicatori analitici e macrodati si materializzano nello spazio su diversi supporti, dalle pellicole su vetro ai tessuti. Tradotti in grafici e diagrammi e arricchiti da immagini e contributi testuali, essi tracciano le linee della città del presente e del futuro.

Di grande effetto sono stati gli oltre 100 tessuti stampati, di diversi colori e dimensioni, che scandiscono lo spazio al piano terra. Accostati l'uno all'altro generavano da un lato un effetto di leggerezza e permeabilità alla luce, dall'altro diventavano elementi strutturali e, come grandi schedari, raccoglievano i macro-dati sulla città di Milano.

Un allestimento emozionale ed informativo al tempo stesso, che ha coinvolto i visitatori in un percorso attraverso alcuni luoghi della città, le trasformazioni che essa ha subito e le riflessioni e suggestioni fornite dai 15 speciali contributors coinvolti per l'occasione da Domus, tra cui David Chipperfield, Jasper Morrison e Maurizio Cattelan.

[www.absgroupsrl.it](http://www.absgroupsrl.it)

## BIRRIFICIO ANTONIANO



Fondato nel 2012 dai fratelli Sandro e Michele Vecchiato sulla base dell'azienda di famiglia, il distributore di birre speciali Interbrau, Birrificio Antoniano di Villafranca Padovana ha

superato nel 2016 i 2 milioni di euro di fatturato secondo il bilancio provvisorio, con un incremento percentuale superiore del 50% rispetto al 2015. Un'azienda fortemente radicata nel territorio, nata da una passione lunga due generazioni, per creare una birra, Birra Antoniana, dal cuore padovano, con una spiccata vocazione internazionale in grado di esportare anche il patrimonio di storia, cultura ed arte del suo territorio di riferimento. La proiezione sui mercati è l'obiettivo 2017 del birrificio agricolo veneto per aumentare la quota di export attualmente al 10% del fatturato.

Ai canali avviati con Austria, Svizzera, Germania, Olanda e Danimarca si affiancano i mercati emergenti aperti nei primi cinque mesi dell'anno. In marzo è sbarcato in Giappone il primo container di Birra Antoniana dove ha riscosso grande successo Birra Antoniana Marechiaro, bionda in bassa fermentazione ideata con l'AVPN, Associazione Verace Pizza Napoletana, che si sta affermando nelle pizzerie e nei ristoranti italiani del Sol Levante. Ottime premesse anche in Corea del Sud e in Cina dove a breve inizierà la distribuzione del marchio padovano. Ma la grande sfida del 2017 riguarda gli Stati Uniti. Da febbraio la società agricola di Villafranca Padovana si è dotata di un centro logistico in New Jersey da dove inizierà l'attività distributiva nella East Coast statunitense. A fine luglio partirà da New York il lancio ufficiale del nuovo brand.

A guidare lo sbarco sui mercati il radicamento nel territorio proprio del marchio Made in Italy dell'azienda e di un birrificio agricolo in grado di produrre il 51% delle materie prime. Birra Antoniana è prodotta con l'orzo distico coltivato in più di 100 ettari di terreno gestiti direttamente dal birrificio tra Marano Lagunare (Udine) e la provincia di Padova mentre le coltivazioni di luppolo sono a Scorzè, nel Veneziano, e a Mestrino. Con un impianto ad alto contenuto di innovazione, grande è l'attenzione alla sostenibilità, attraverso l'utilizzo di energie rinnovabili, e al basso impatto ambientale. Giovane il team di lavoro con un'età media inferiore ai 35 anni. Una squadra che, tra 2015 e 2017, è aumentata di quattro nuove risorse.

Nell'ottobre 2016 il Birrificio Antonia-

no ha ottenuto la prestigiosa certificazione BRC (British Retail Consortium), totalmente volontaria, attestazione fondamentale richiesta nelle catene della distribuzione moderna britanniche e statunitensi nonché motivo di forte accreditamento internazionale. Un traguardo notevole che apre le porte di mercati importanti con l'obiettivo costante di portare un pezzo di Padova nel mondo, magari anche sugli scaffali di Tesco e Sainsbury's.

Sebbene giovane, il Birrificio Antoniano ha ricevuto importanti riconoscimenti nazionali ed internazionali. Tra questi la medaglia di bronzo alla competizione internazionale Brussels Beer Challenge per Birra Antoniana Stile Vienna, la prima birra nata nel 2013; il premio Cerevisia della Camera di Commercio di Perugia e CERB (Centro per l'Eccellenza nella Ricerca Birraria) per Birra Altinate come miglior birra in bassa fermentazione del Nord Italia. Ha partecipato ai World Beer Awards di Londra, gli Oscar internazionali della birra. Nel 2016 Birra Antoniana Borgo della Paglia, Birra Antoniana Ai Tadi e Birra Antoniana Pasubio hanno vinto il titolo di Country Winner. Sempre a Londra Birra Antoniana ha raccolto grandi soddisfazioni all'International Beer Challenge in particolare con Birra Antoniana Altinate e Birra Antoniana Portello che hanno vinto la medaglia d'argento e la medaglia di bronzo nella categoria Tasting. Nel 2016 Birra Antoniana Pasubio e Birra Antoniana Portello hanno guadagnato 3 stelle Bellavita Awards nell'ambito della Fiera Bellavita Expo di Chicago, la più grande fiera dedicata al Made in Italy nel canale Horeca negli Stati Uniti, come prodotto "Exquisite". A fine 2016 Birra Antoniana Borgo della Paglia ha vinto la medaglia d'oro come "birra con cereali alternativi" al prestigioso European Beer Star e Birra Antoniana Portello è stata nominata Best Beer of The Year nel concorso Best Italian Beer promosso dal Ministero delle Politiche Agricole e Forestali.

Foto: Michele e Sandro Vecchiato  
[www.birrificioantoniano.it](http://www.birrificioantoniano.it)

## INDUSTRIE COTTO POSSAGNO

Industrie Cotto Possagno, leader in Italia nelle coperture in cotto e nei sistemi tetto ventilati, investe in persone