

TEAM Tecnologia & Ambiente

Vendere macchine e delineare strategie Il caso Sgorbati Group



Cugini. Alberto e Giuseppe Sgorbati guidano l'azienda di famiglia



Manager. Rabaiotti di Becom

Insieme al team di Becom ha preso il via il progetto «Fornitori di tempo» volto a supportare i clienti

In campo

■ Che la tecnologia non si riduca al digitale e l'ambiente non sia solo la «natura» è l'assunto per comprendere la svolta decisiva verso sostenibilità e 4.0. Svolta esemplificata e concretizzata da un'azienda bresciana fondata più di un secolo fa e presente da oltre 30 anni nel mercato della lavorazione degli ortaggi.

«Se prima avevamo pochi competitor - dice Giuseppe Sgorbati, general manager di Sgorbati Group insieme al cugino Alberto -, adesso non ne abbiamo proprio». Tra il prima e l'adesso ci sono due passaggi fondamentali. Tutto inizia dieci anni fa con l'arrivo

nell'azienda familiare (dove continuano a lavorare anche le precedenti generazioni) di Giuseppe e Alberto. «L'intuizione di mio cugino - spiega Giuseppe -, fu di passare dalla vendita di macchine per la lavorazione degli ortaggi alla proposta di sistemi integrati, essere cioè non più solo intermediatori di mercato ma anche fornitori di soluzioni».

Rivoluzione. Poi, molto più recentemente, arriva la seconda rivoluzione, che nasce dall'incontro dei cugini Sgorbati con Becom, società che da più di 20 anni accompagna le imprese nella messa a frutto delle loro potenzialità e nell'ottimizzazione dei processi aziendali. «Il lavoro che stiamo facendo in Sgorbati - commenta Alfre-

do Rabaiotti, innovation manager e amministratore unico di Becom -, è entrare in relazione con una famiglia che ha radici nel territorio da generazioni e da ciò trarre il meglio, per creare una dinamica identitaria che porti una nuova cosmogonia aziendale. Il che vuol dire sviluppare un cambio generazionale che sia crescita e non sostituzione di competen-

ze». Ed ecco tornare il concetto di ambiente, inteso come ecosistema interno ed esterno all'impresa, dove il knowhow da prerogativa del singolo si fa risorsa sistemica, tanto per l'esperienza delle vecchie generazioni quanto per la competenza digitale e la creatività delle nuove.

«Di fatto - chiarisce Giuseppe Sgorbati - non abbiamo aggiunto nulla, solo valorizzato ciò che prima davamo per scontato. Ora aiutiamo i nostri clienti a fare altrettanto». Il risultato è quanto già si diceva: la nuova identità dell'azienda sposta il focus dalla vendita di

macchine alla capacità del team Sgorbati Group di delineare strategie e soluzioni su misura, che aiutino le aziende a ottimizzare l'operatività, accrescendo marginalità e competitività e trovando nuovi mercati.

«Questo - aggiunge Sgorbati -, ha consentito di vestire di nuovo significato lo slogan "Fornitori di tempo" che da sempre ci accompagna». E proprio «Fornitori di tempo» è il nome dell'audit, sviluppato grazie al percorso con Becom, rivolto alle imprese attive nella lavorazione dei vegetali. Audit pensato per un check-up dell'area produttiva: un cambiamento di approccio al mercato finalizzato a far comprendere i vantaggi ottenibili dal coinvolgimento di Sgorbati Group nella produzione e di Becom in ottica strategica.

Obiettivi. Alla luce dei risultati conseguiti Sgorbati Group ha proposto a Becom di sviluppare una collaborazione, con l'obiettivo di portare questo percorso nelle imprese clienti e poterle supportare anche nel posizionamento di mercato e strategico. «Non possiamo neppure concepire il futuro se

prima non riconosciamo il nostro passato. È fondamentale trasformare abitudini anacronistiche in strategie e strumenti per rispondere alle sfide del presente - osserva Rabaiotti

- . Crescere significa riconoscere la propria identità, il proprio percorso e fondare su di esso un'offerta di valore unica, in grado di rispondere in modo efficace ai mercati internazionali, sempre più desiderosi del vero Made in Italy». //

CHIARA DAFFINI

🔴 La prossima uscita di TeAm sarà mercoledì 2 marzo

GDB TEAM

TECNOLOGIA 4.0 E AMBIENTE

MAIN SPONSOR

Mobilità sostenibile.
boneragroup.it

Finanza Agricola

Finanza Agricola e Strutturale

Artigiani del Fotovoltaico

TOP SPONSOR

PROGETTO6

AUTOMAZIONI INDUSTRIALI

FASTERNET

innexHUB
Innovation Experience

La Coro Impianti

C S M T

SCOPRI DI PIÙ NELL'AREA DEDICATA A GDB TEAM SU GIORNALEDIBRESCIA.IT

AVVISO AI NAVIGANTI

Incontri dal vivo, come a Manerbio
IL PNRR È DA PORTARE IN PROCESSIONE

Gianni Bonfadini - g.bonfadini@giornaledibrescia.it

Non sarà sin qui stato l'unico incontro, certo è fra i pochi. A Manerbio nei giorni scorsi (all'istituto Pascal), l'Ucid della Bassa ha chiamato a parlare di Pnrr un po' di persone: sindaci in primis, il presidente della Provincia, qualche tecnico, un imprenditore, ragazzi on line (quasi un centinaio: boom). Nulla di straordinario, verrebbe da dire. E invece la cosa ha una sua importanza e originalità: ma come, stanno arrivando fondi in misura massiccia dall'Europa, tutti dobbiamo darci una mossa per presentare progetti, si delinea qualcosa di assolutamente nuovo (per tante cose, che non elenco) e noi che si fa? Si immagina di lasciare tutto questo a qualche tecnico e politico?

Ovviamente servono tecnici e politici, ma credo sarebbe un bel segno cominciare a far conoscere almeno un po' cos'è questo benedetto Pnrr. La possibile obiezione è che anche i tecnici e politici devono capire bene di cosa si tratta, ma per la gran parte le linee ci sono, e ci sono i soldi, e si sa che se non li

spendiamo non avremo quelli del prossimo anno e così fino al 2026. Ora mi chiedo: perché, copiando Manerbio, non si promuovono alcuni incontri, magari nelle scuole (in fondo la dizione corretta di Pnrr a livello europeo è «Next generation Eu», ovvero: per le prossime generazioni d'Europa. Un'idea per le scuole, per le associazioni di categoria, per le nostre banche locali: sono sei o sette le Bcc, se ognuna promuove due-tre incontri copri un bel pezzo di provincia. Ma dal vivo, per tornare a stringerci le mani e darci, pure a noi, l'idea che dal limbo ne stiamo uscendo.

Creare e consolidare imprese al femminile: in arrivo 400 milioni

Con il decreto del 24 novembre 2021 del Ministero dello Sviluppo economico, a valere sulle risorse del Pnrr sono stati stanziati 400 milioni destinati all'investimento 1.2 del piano Creazione di imprese femminili ripartiti tra il Fondo impresa

femminile, Incentivi per la nascita delle imprese femminili, Incentivi per lo sviluppo e il consolidamento delle imprese femminili, le misure Nito-On e Smart&Start Italia. Il decreto disciplina le modalità di azione al fine di realizzare gli obiettivi di promozione e sostegno



Qr code. Per tutte le info Ibs

all'avvio e al rafforzamento dell'imprenditoria femminile, nonché di sviluppo dei valori aziendali di massimizzazione del contributo alla crescita economica e sociale del Paese da parte delle donne. Infine il decreto stabilisce che il 40% delle risorse saranno assegnate per gli interventi di incentivazione alle imprese per progetti da realizzare nelle regioni del Sud.

A CURA DI IBS CONSULTING