

IL SOCIAL NETWORK CHE FA LA DIFFERENZA



Thinking about BtoB Circle

Spesso, sempre più spesso per fortuna, Scapita di dover raccontare che cos'è BtoB Circle. Più ne parlo e più capisco che proprio il *che cosa* è legato al *perché*. Quando io e Sara (Re, mia socia e co-founder), abbiamo immaginato il Circle, siamo partiti da qui: perché? In un mondo *socialista*, inteso come Chiara Ferragni e non Karl Marx, c'era davvero bisogno di un altro social network? La risposta è stata: assolutamente sì! Da una parte, con l'esperienza di BtoB Awards, avevamo recensito e in qualche modo connesso un network di circa 600 imprese d'eccellenza (per noi, per le associazioni di categoria, per le istituzioni e per la comunità di riferimento). Di contro, non trovavamo in Rete un modello analogo che perseguisse le medesime finalità – favorire il network attraverso le idee

continua a pagina 2

Esse Editore Srl
via C.B.C. di Cavour, 2 - 20900 Monza

www.btobcircle.it

+39 039 2315288

[BtoB Circle](#)

speaker.com/user/btobcircle



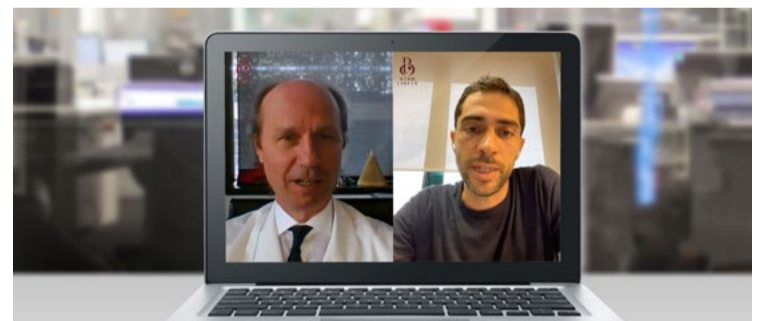
L'ambassador Fabrizio Fontana: «Facciamo la differenza, insieme»

«Validi consulenti, collaboratori esperti, risorse capaci... ma a volte quello che ti capisce di più e ti sa fornire quel suggerimento che ti apre un mondo, è un altro imprenditore. Per questa ragione credo che BtoB Circle possa davvero fare la differenza, proprio come le persone che ne fanno parte». Così **Fabrizio Fontana, Global Communication Director di Fontana Gruppo**, multinazionale leader

mondiale nella produzione e commercializzazione di sistemi di fissaggio, che del progetto del social network business dedicato ai top d'azienda è diventato sin da subito, oltre che membro, ambassador. «Ho abbracciato questa proposta perché sentivo l'esigenza di confrontarmi con altre persone di valore in una dimensione che non fosse solo quella della mia azienda, ma che contemperasse figure e professionalità differenti.

continua a pagina 2

Le imprese alla sfida del vaccino



Lucio Rovati e Roberto Crippa si confrontano sul tema dei vaccini

In questo numero

Focus

Passion investments

Proposte

Alla ricerca del benessere 2.0

Dibattito

Smartworking: sì o no?

Fabrizio Fontana: facciamo la differenza, insieme

BtoB Circle raccontato da colui che, grazie al suo entusiasmo, ne è diventato un vero e proprio ambassador

segue dalla prima

Profili che possano darmi una diversa visione del modo di fare impresa, anche semplicemente attraverso uno scambio di opinioni».

Fabrizio Fontana è la terza generazione di una delle di-



nastie imprenditoriali più interessanti ben al di là dei confini della Brianza, e sin dagli esordi è abituato ad ascoltare e misurarsi con l'opinione altrui, in particolare con i membri della famiglia coinvolti in azienda. L'attenzione verso il tema delle relazioni e delle reti d'impresa l'ha sempre portato a frequentare ambienti associazionistici, anche di categoria. «Qui però l'idea è diversa: l'obiettivo – continua – è creare con i partecipanti qualcosa di ancor più coinvolgente, che sappia portare nelle frenetiche dinamiche della vita da imprenditore, i format e le logiche dei social. Si vuole favorire l'interazione tra le persone, ma con obiettivi che contemplano la possibilità di aprire gli orizzonti su nuovi progetti, tematiche, opportunità di collaborazione in un contesto di figure di pari livello. In questi primi mesi di attività mi ha stupito rilevare come al di là dello specifico settore in cui si opera, le esigenze dei

Fabrizio Fontana, 47 anni, ha rivestito diversi incarichi commerciali e di business development nel mondo dei fasteners; oggi è Global Communication Director di Fontana Gruppo. Attivo anche nelle attività associative di settore fasteners e non, è da sempre appassionato di sport, in particolare di motorsport: un gentlemen driver che, appena può, corre in competizioni di rilevanza nazionale e internazionale.

capitani d'azienda siano molto simili... e a volte lo sono anche le risposte!».

Ansioso di incontrare i member in presenza, «non appena possibile, per stringere ancora di più la relazione tra noi», il manager e imprenditore, ritiene nel frattempo di concreto valore la possibilità di interloquire con esperti e opinionisti nei vari settori, com'è stato, ad esempio, nel caso del webinar sul tema dell'occupazione con il professor Carlo Cottarelli, con l'avvocato Pietro Ichino e quello con il professor Lucio Rovati sulla questione dei vaccini e del ruolo che possono avere le aziende. Afferma di trovare molto utile partecipare a tavole rotonde dedicate ad argomenti di grande attualità e, da buon ambassador di BtoB Circle, aggiunge: «Spero che anche i membri del Circle, procedendo nel percorso, palesino delle esigenze e, perchè no delle aspettative: ogni spunto che viene dai member è fondamentale per far crescere il progetto».

Un altro suggerimento dall'ambassador? «Invito tutti ad aprirsi, a mettersi a disposizione degli altri member per ascoltare ma anche essere ascoltati, per portare avanti qualcosa in cui ciascuno di noi può davvero fare la differenza. Del resto – chiude Fabrizio Fontana – siamo solo all'inizio».

di **Sara Re**

Thinking about BtoB Circle

segue dalla prima

– quanto piuttosto l'avverarsi di quell'adagio che sostiene che “quando non paghi qualcosa è perché il prodotto sei tu”. La nostra risposta a tutto questo – *il nostro perché*, se preferite – è stato *andare avanti tornando indietro*, ovvero creare una vera piattaforma di comunicazione che mettesse in contatto 24/7 persone dalle idee diverse ma dal DNA simile: imprenditori. Quelle stesse persone con cui abbiamo la possibilità, a volte anche la fortuna, di conversare quotidianamente e che volevamo potessero finalmente dialogare liberamente tra loro. Io e Sara ci siamo divertiti, quindi, a immaginare cosa sarebbe potuto accadere se i nostri “best” avessero potuto condividere messaggi, post, video, con altri “best” come loro; cosa ne sarebbe potuto emergere: per loro, per noi, per tutto il territorio.

Ecco cos'è BtoB Circle: l'idea di due amici, sinceramente appassionati, che hanno immagina-



Pietro Fortunato e Sara Re,
Partner di Hubnet Communication e Esse Editore

to di costruire un luogo che non solo non c'era, ma che soprattutto mancava. Sono passati solo pochi mesi dal suo lancio, molti di più dalla sua costruzione, che ha richiesto impegno, idee, tempo e risorse. Il risultato è che oggi il nostro Circle è una piccola piattaforma piena di persone straordinarie, a cui cerchiamo di offrire tutto il necessario per potersi esprimere nella maniera più semplice e libera, cercando di abbattere le barriere legate al tempo e al luogo. Un percorso appena iniziato, quindi in quotidiano divenire, grazie ancora una volta al contributo prezioso dei nostri membri, pronti, come i tutti i grandi leader, a stimolarci a fare sempre meglio.

A tutti loro, a Voi e a quelli che verranno, oltre a nuovi servizi, incontri e idee, a nome mio e di Sara, do il benvenuto nella Vostra nuova casa. Se lo vorrete, anche questo spazio è a Vostra disposizione.

di **Pietro Fortunato**

Le imprese alla sfida del vaccino



Il centro vaccinale organizzato da Technoprobe a Cernusco Lombardone (LC)

Un incontro tra Circler per fare chiarezza sulla ricerca e portare esperienze concrete di impegno delle aziende

Di vaccini, ricerca, ruolo delle aziende, proposte e azioni concrete per combattere l'epidemia da Covid-19 (ma non solo) hanno parlato i due protagonisti del webinar di BtoB Circle "Le aziende alla sfida del vaccino" del 16 aprile scorso. **Lucio Rovati, CEO di Rottapharm Biotech**, società monzese che si occupa dello sviluppo di vaccini e della R&D in ambito biomedico, ha fatto il punto sullo stato dei lavori per la definizione del progetto che la vede impegnata con l'azienda romana Takis, mentre **Roberto Crippa, Executive Vice President di Technoprobe**, multinazionale con sede a Cernusco Lombardone leader nel settore delle probecard, ha spiegato perché e come la sede della sua azienda, da lunedì 19 aprile sarebbe diventato hub vaccinale per il territorio di riferimento.

«Il nostro è un vaccino a DNA – ha esordito Rovati, spiegando quali potrebbero essere le potenzialità – Rispetto ad altre soluzioni, il DNA potrebbe dare un effetto più prolungato: è una molecola più stabile, conservabile a temperatura ambiente». La ricerca, insomma, sta facendo il suo corso, e attualmente questo vaccino è in Fase 1, in sperimentazione clinica presso l'Ospedale San Gerardo di Monza.

Sulla base dei dati pubblicati ha definito "eccel-

lente" il vaccino Sputnik e orgoglioso che sia stata scelta un'azienda della Brianza per produrlo. Ma non è sufficiente: «L'Italia è un grande produttore di farmaci, il più grande in Europa ma io ho sempre contestato che noi producessimo solo farmaci vecchi: nessuno si è attrezzato per le nuove tecnologie. Tanto meglio che imprenditori illuminati, nostri concittadini, si adattino a produzioni innovative, è una notizia eccezionale». E per quanto riguarda la ricerca e il ruolo dello Stato, ecco l'opinione del professor Rovati per BtoB Circle: «In Italia la situazione che riguarda la ricerca è disastrosa. Non è possibile che ci siano zero contributi per la ricerca da parte dello Stato e non è pensabile che un'azienda privata possa sviluppare un vaccino per una pandemia». «Auguro successo al dottor Rovati perché il suo successo è il successo del Paese», ha esordito Roberto Crippa, prendendo la parola. Crippa ha proseguito spiegando come in una situazione così complessa, la sua Technoprobe sia passata dalla proposta all'azione. «Noi siamo i primi ad avere fatto un hub vaccinale pubblico: abbiamo allestito un capannone nuovo, l'abbiamo attrezzato di tutto, messo a disposizione anche il personale, tranne i medici. Sono dodici linee con una capienza di 1.600 vaccinati al giorno». Cosa

c'è alla base di questo grande impegno di Technoprobe sul tema dei vaccini? «L'idea è nata dal vedere le strutture pubbliche in difficoltà; inoltre ci sentiamo un po' in debito, perché Technoprobe lo scorso anno è andata benissimo: il fatturato ha registrato +60%, abbiamo toccato quasi i 400 milioni di euro».

Un desiderio che è passato velocemente dalla proposta all'azione con la velocità e la concretezza che caratterizza gli imprenditori, soprattutto gli imprenditori di BtoB Circle, che nel dibattito scaturito dagli interventi dei due relatori si sono dimostrati impazienti di contribuire a dare una mano. Sul tema vaccini e contrasto alla pandemia, certo, ma in generale per tutto ciò che concerne lo sviluppo e il rilancio del Paese. Il tema dei finanziamenti alla ricerca torna dunque protagonista, ma anche, prorompente, l'esigenza che gli imprenditori avvertano di una vera e propria visione a lungo periodo sul futuro del Paese da parte dei decisori politici. «Ci vuole una regia a livello politico: io mi arrabbio quando vedo che Apple, Tesla, Bosh fanno investimenti colossali all'estero: possibile che nessuno venga in Italia? Va bene la volontà del singolo imprenditore, ma ci vuole una classe politica all'altezza», ha concluso Roberto Crippa.

di **Elisa Tosi**

Passion investments

Nei consumi non sempre la razionalità vince: a guidare spesso è il cuore, ma meglio se con uno sguardo al futuro

«Durante la pandemia è aumentata molto la liquidità sui conti correnti, perché le persone, in lockdown, hanno incrementato la loro capacità di risparmio. Studiando le dinamiche ex post di passate pandemie, si rileva che appena si riesce a mettere la testa fuori dalla porta e si raggiunge una parvenza di normalità, si tende a recuperare in maniera molto veloce il desiderio di socialità e la tendenza a fare acquisti. L'analisi è di **Edoardo Baganè, Wealth Advisor di Banca Generali Private**, con cui BtoB Circle avvierà un ciclo di webinar per approfondire gli investimenti alterativi al mondo finanziario. Baganè, 40 anni, monzesissimo, racconta un curioso aneddoto: alla conclusione del lockdown cinese, in un negozio Hermès si è registrato il record mondiale di incassi. *Spending revenge*, la chiamano, una dinamica che si verifica anche quando non si incontrano soluzioni di investimento interessanti a fronte di abbondante liquidità; si tende così a dirottare risorse economiche su seconde case (magari



Edoardo Baganè, Wealth Advisor di Banca Generali Private

per realizzare un sogno del cassetto), nelle ristrutturazioni (non a caso il settore del mobile è andato molto bene nell'ultimo anno) ma anche su oggetti che corrispondano alle passioni personali: le auto e l'arte fanno la parte del leone, ma sono cresciuti moltissimo anche il mercato degli orologi e dei vini. «Si spende per passione – aggiunge Baganè – mentre si considera raramente la possibilità di fare speculazione su prodotti di lusso. Tra l'altro occorre tenere presente che questi beni si possono in primis godere e poi valutarne la vendita».

L'investimento più speculativo? «Gli orologi: i fortunati che riescono ad acquistare alcuni pezzi a listino, abbastanza introvabili, trovano subito un reseller disposto a pagarli almeno il doppio. Un esempio per tutti, il Rolex Daytona: acquistato a 12.600 euro, si trova un compratore in breve tempo per 22-23.000 euro. Un acciaio Patek Philippe? Scontrino da 31.000 euro, usciti dal negozio ne vale 80.000...».

di **Sara Re**

Alla ricerca del benessere 2.0

Fioriscono idee alternative per il benessere dei collaboratori

di **Valentina Mainetti**

Ripensare spazi, modalità di lavoro e di condivisione. Rivedere la socialità, i momenti di relazione, le informazioni: tutto per capire come questo possa rappresentare un'opportunità per (ri)vivere in maniera diversa il rientro alla vita lavorativa in azienda. Lo spunto viene da **Federico Prada Moroni, CEO di Espresso Service**, azienda leader nella distribuzione automatica e nel vending, che ha molto lavorato sul tema, avvalendosi anche di un'équipe di architetti, interior designer, nutrizionisti. Benessere declinato non solamente nell'estetica, ma anche nella sostanza: «Nell'ambito del nostro lavoro, ad esempio, riprogettiamo le aree break per fornire un'attenta selezione di prodotti healthy e biologici, dal vegan al gluten free, prodotti freschi e primi piatti bilanciati». Altre realtà stanno studiando programmi di fitness secondo parametri medici innovativi, soluzioni per la

mobilità, orari flessibili, ma grande attenzione viene posta anche al tema della mindfulness per manager e collaboratori. Il vasto e attualissimo dibattito del benessere in azienda sarà quindi al centro di alcune delle prossime iniziative di BtoB Circle. I Circler che volessero condividere sin da ora esperienze e proposte possono farlo all'interno della piattaforma o scrivendo a assistenza@btobcircle.it.



Federico Moroni, CEO di Espresso Service

Previous on Circle



Al Digital Teaser di BtoB Awards, esordisce BtoB Circle: il professor **Carlo Cottarelli** dialoga con gli imprenditori.



Pietro Ichino, giuslavorista di riferimento in Italia, approfondisce i temi dell'occupazione e del lavoro.

Smartworking, tra necessità e innovazione

Amato, odiato, indispensabile, semplificato, procrastinato... Cosa pensano i Circler del lavoro a distanza?



Fabrizio Fontana

Global Communication Director di Fontana Gruppo

L'aspetto più positivo dello smartworking è la responsabilità che ogni collaboratore ha acquisito sulla propria parte di lavoro, che sia a casa o in ufficio. Abbiamo ottimizzato le tecnologie, imparando sicuramente ad essere più efficienti.



Mattia Maddaluno

Head of Sponsorship di Legea Hub Lecco

Deve essere concepito come un'abitudine lavorativa complementare al lavoro in presenza, ma non può sostituirsi ad esso. Si rischierebbe una desertificazione di alcune attività che sono intrinseche alla vita dell'azienda, come la possibilità di confronto e di relazione.



Mauro Brivio

Amministratore Delegato di Brivio & Viganò

Il senso di appartenenza che tutti condividiamo è "il sangue arancione": simboleggia il forte attaccamento all'azienda, lo spirito di squadra che lega i nostri dipendenti. Diversi hanno chiesto di poter continuare a lavorare in ufficio, mentre altri hanno apprezzato questa nuova modalità.



Elena Frattini

Amministratore Delegato di Up and Go

Ritengo che il contatto umano non sia sostituibile, soprattutto in un lavoro come il nostro dove la creatività nasce dal confronto continuo e da chiacchierate anche extra-lavorative.

Marcello Meregalli
CEO del Gruppo Meregalli

Abbiamo riscontrato solo aspetti positivi da questa nuova modalità lavorativa. Penso che per il futuro sia una grande opportunità, soprattutto nell'ottimizzazione di alcuni processi e nell'implementazione delle tecnologie.



Daryush Arabnia
Presidente e CEO di Geiko Taikisha

Ha sicuramente una valenza positiva nel momento in cui porta un valore all'azienda e, viceversa, anche l'azienda deve dimostrarsi attiva nel ripensare l'esperienza lavorativa per renderla più coinvolgente.



Federico Moroni
CEO di Espresso Service

Inizialmente era nato in un'ottica di welfare aziendale. Ora vediamo come si sia trasformato in una realtà priva di rapporti e di possibilità di confronto segnando un'involuzione di questo concetto. Andrà cercato un bilanciamento in ogni azienda, per salvaguardare le relazioni e il lavoro di squadra.



Danilo Petrelli
CEO di TIE

La presenza in ufficio è fondamentale perché c'è bisogno di vivere l'azienda. Perdendo il contatto e il confronto con gli altri, la gente tende a lavorare per se stessa ma diventare autoreferenziali è pericoloso perché fa perdere la visione d'insieme.

