



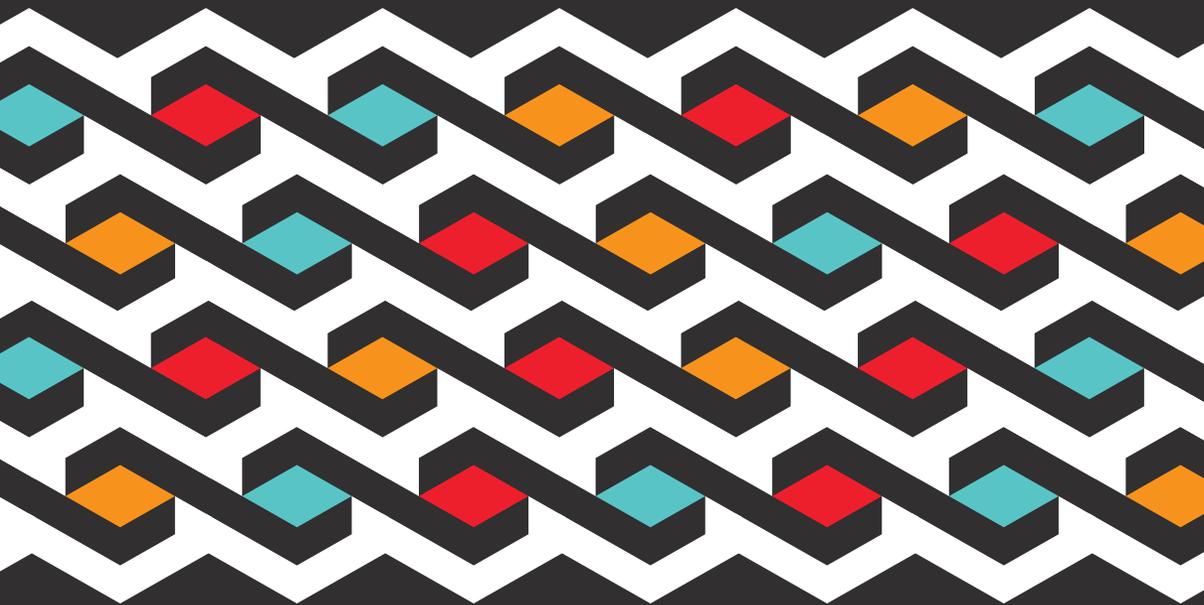
# snews



25<sup>o</sup>

il magazine  
di Saef 09.2021

SAEF COME ULISSE,  
LUNGO IL MARE  
ACCANTO A VOI





# snews



A cura di *Paolo Carnazzi*  
Amministratore delegato SAEF Srl



## SAEF come Ulisse, lungo il mare accanto a voi

La bellezza di tenere stretto fra le mani un timone è che pesa tremendamente durante i periodi di burrasca, ma diventa straordinariamente leggero durante le veleggiate a mare calmo. Ho pensato spesso in questi 25 anni a questa alternanza di situazioni e sono giunto a una conclusione: non c'è privilegio maggiore per una persona di imbracciare quel timone e tenerlo verso la rotta, a mare piatto come in tempesta. Da Gennaio 2022 quella **barca diventa una flotta** e saremo più di uno a tenere il timone, ma la rotta è ciò che ci accomunerà nel nostro viaggio. In concomitanza con il suo venticinquesimo compleanno, SAEF ha scelto di avviare un piano industriale strategico come mai prima nella sua storia. Abbiamo scelto di suddividere i nostri servizi in società differenti, con governance differenti, ma tutte facenti capo ad un unico gruppo. Ci sarà **una realtà che si occuperà di formazione, sicurezza ed ambiente** e manterrà il nome di SAEF ed accanto a quella ci sarà **una realtà autonoma che si occuperà di temi finanziari a tutto tondo**, dalla finanza agevolata alla mediazione creditizia, e mutuerà il nome di SA Finance, marchio che fino ad oggi all'interno del gruppo

identifica la nostra "costola" di mediazione. Appare strano pensare di cambiare dopo avere applicato per 25 anni un modello di business vincente, che ci ha portato a crescere come nessuno di noi si aspettava neppure nei sogni più dolci. Eppure abbiamo deciso di intraprendere questa nuova rotta e lo abbiamo fatto perché abbiamo percepito nei nostri clienti la necessità di un'attenzione **più verticale alle loro esigenze**, la necessità di una specializzazione maggiore in alcuni ambiti, la presenza di spiragli di sviluppo che soltanto un'organizzazione più specializzata può offrire. Perché su ognuna di quelle barche, da quella partita nel 1996 in un piccolo ufficietto della città, a quelle che fra poco solcheranno il mare all'unisono, sulla bussola c'è una sola direzione: quella dei nostri clienti, il patrimonio più grande che possiamo vantare. In queste pagine ci sono molteplici pareri di come questo viaggio ormai maturo sia stato percepito da chi ci ha incontrato lungo la rotta e fa piacere accorgersi che la navigazione sia stata così fruttuosa. Da queste voci prendiamo nuovo slancio, verso il mare, come Ulisse via da Itaca, alla scoperta di nuovi mondi e inebrianti esperienze. **Insieme a voi, come sempre!** ✕

## saef srl

Via Borgosatollo 1, 25124 Brescia  
t 030.3776990 f 030.3776989  
info@saef.it [www.saef.it](http://www.saef.it)

*SAEF Srl non si assume alcuna responsabilità derivante dalla riproduzione e/o utilizzo da parte di terzi di materiale contenuto nella presente pubblicazione.*



SAEF EVOLUTION

**00 SAEF rebranding**  
*25 anni e un nuovo piano strategico: SAEF si rifà il... look!*

**01 25 anni di SAEF**  
*25 anni di SAEF: la voce delle istituzioni*

**02 SAEF è incontro**  
*25 anni di incontri: Hotel Brescia, il primo cliente*

**03 SAEF è attenzione**  
*25 anni di attenzione... ai giovani, alla sicurezza, allo sviluppo di imprese e territori*

**04 SAEF è cultura**  
*25 anni di cultura*

**05 SAEF è evoluzione**  
*Il nuovo volto di SAEF*



SAEF  
rebranding

# 25 ANNI E UN NUOVO PIANO STRATEGICO: SAEF SI RIEFÀ IL... LOOK!



SAEF si rifà il look. In occasione dei 25 anni di attività e in concomitanza con la scelta strategica di verticalizzare le attività di business, sdoppiando la società in due, SA Finance e SAEF.

SAEF si rifà il look. In occasione dei 25 anni di attività e in concomitanza con la scelta strategica di verticalizzare le attività di business, sdoppiando la società in due, SA Finance che si occuperà di finanza agevolata e mediazione creditizia e SAEF che si occuperà di formazione, sicurezza e ambiente, il Gruppo ha scelto di rivedere anche la propria immagine. A curare questa fase visiva è stata l'agenzia di comunicazione Welcome ADV, lungo un percorso durato poco meno di 100 giorni: "Il punto di partenza - spiegano gli art designer che hanno seguito la partita - è stato l'analisi del contesto, fondamentale in ogni passaggio di rebranding, per poter sviluppare un percorso omogeneo. Si è partiti da un *restyling* del logo storico SAEF che ha accompagnato la società in questi primi 25 anni di attività e del logo SA Finance, associato fino ad oggi all'azienda consociata specializzata in mediazione creditizia. È stato un passaggio particolarmente delicato perché si tratta del logo che ha fatto la storia di SAEF e quindi attraverso il quale tutti oggi identificano questa società. Abbiamo pensato di lavorare su

quelle linee storiche per arrivare ad una forma di sviluppo che potesse rappresentare continuità e futuro". Detto, fatto: "Siamo partiti dai quadrati e dal vecchio logo e lo abbiamo trasformato in una figura geometrica che si apre verso il centro, per evidenziarne il valore. Poi abbiamo aggiunto il simbolo della "S" e il concetto di valore che è al centro della strategia del gruppo. Abbiamo perseguito un obiettivo: volevamo che i loghi fossero sia un elemento unificante per le varie espressioni del gruppo SAEF, sia una **evidenziazione del valore della persona e dell'impresa**, che sono da sempre al centro della *vision*. Pensiamo che la soluzione adottata possa essere un buon motore per lo sviluppo ulteriore del *brand*". E in questo percorso nulla è stato lasciato al caso: "Tutti i *brand* di gruppo sono stati resi immediatamente riconducibili ad un'unica identità. Poi c'è stata scelta del colore, che non è mai un passaggio secondario, ma che deve richiamare alcune specifiche funzioni". In particolare: "Per SAEF (ovvero la società che continuerà ad occuparsi di formazione, sicurezza e ambiente) abbiamo puntato sull'arancione poiché è un

colore che genera fiducia, energia, stimolo ad azione mentale e fisica. Abbiamo voluto dare anche una visione più introspettiva, ovvero l'arancione per **accompagnare le persone alla crescita**, come lavoratori ma anche come clienti. Per SA finance (il polo finanziario del Gruppo) invece siamo andati sul turchese perché l'obiettivo era quello di infondere calma e sicurezza, una visione più rassicurante del *brand*. Abbiamo pensato che questo colore possa creare alla vista l'impressione di un sostegno, di fiducia, quasi come se già dal logo si proponesse non un fornitore ma un compagno di viaggio per l'impresa". Il colore rosso, che ha distinto SAEF e SA Finance e tutt'oggi li rappresenta, è stato infine mantenuto nel logo corporate del Gruppo, l'ombrello che racchiude i *brand* arancione ed azzurro. Il tutto, non senza qualche timore giustificato: "Ci siamo confrontati moltissimo e non è stato un lavoro semplice, perché è un passaggio cruciale per un'azienda importante come SAEF: **definirsi meglio** sul mercato al compimento del venticinquesimo anno di attività".





# 01

25 anni  
di SAEF

## 25 ANNI DI SAEF: LA VOCE DELLE ISTITUZIONI

*Il sindaco  
di Brescia*

**Del Bono:  
“SAEF società  
moderna, aperta  
e intelligente.  
Patrimonio  
per Brescia”**



Il rapporto fra SAEF e la città di Brescia è da sempre un legame saldo e attivo, composto da partecipazioni importanti, sviluppo di progetti insieme alle realtà più frizzanti del territorio, costruzione di rapporti di stima e fiducia. E proprio nell'ufficio del primo cittadino di Brescia, Emilio del Bono, c'è un elemento particolarmente simbolico per questo legame, la *Veduta di piazza Loggia sotto la neve*, straordinaria opera pittorica di Angelo Inganni, restaurata da SAEF in dono alla città: "C'è da apprezzare sempre quando c'è **empatia fra attività economica**

**e contesto** nel quale si è inseriti. Soprattutto quando questa empatia riguarda il contesto culturale. È un concetto dal quale non possiamo mai prescindere. Un popolo è intriso della sua civiltà e la storia segna questa stratificazione e crea questa identità di popolo. Brescia è quel che è per la sua laboriosità ma anche per la sua cultura. Quindi il fatto che SAEF sia entrata esattamente in sintonia con questo approccio, sia come sponsor che come soggetto finanziatore di restauri la rende super meritevole di un'attenzione speciale da parte

delle istituzioni". Il Sindaco richiama anche il ruolo primario di SAEF nell'accompagnamento allo sviluppo di migliaia di imprese bresciane: "È chiaro che il tessuto manifatturiero del nostro territorio non avrebbe possibilità di sviluppo, crescita e internazionalizzazione se dietro non ci fosse una rete di imprese di servizi, nella quale SAEF è un soggetto autorevole e molto importante, che gli garantisce quel *know how* di contenuti, progettazione e lettura del contesto che solo una visione articolata come quella di una società di servizi riesce a garantire: senza queste realtà non ci sarebbe neppure una manifattura di successo. **Abbiamo una manifattura di successo perché abbiamo società di servizi di altissimo livello**". E questo ruolo viene affiancato a quello dell'impresa moderna nella comunità: "Le due chiavi sono «impresa nella comunità» e «impresa comunità». Quindi questa è l'unica lettura che farà sopravvivere l'impresa. Tu sei grande e cresci se la tua comunità non si disgrega, non declina. Il fatto che l'impresa si occupi della comunità, in realtà non è fattore accessorio ma fondamentale, altrimenti saresti una navicella nel mare in burrasca. **Un'impresa nella comunità è una necessità e un dovere. Ma l'impresa è anche una comunità di uomini e donne**. È apparso chiaro durante la pandemia: è fondamentale costruire un equilibrio con i dipendenti in un momento in cui tutto è diventato complesso, in cui la fiducia è divenuta prioritaria, in cui le modalità di lavoro sono diventate complicate, se non si riesce a generare un

**L'impresa è anche una comunità di uomini e donne e se non si riesce a generare un clima comunitario, si rischia paradossalmente di fallire. È contemporaneo ma è anche il paradigma del futuro.**

clima comunitario nell'impresa, si rischia paradossalmente di fallire. È contemporaneo ma è anche il paradigma del futuro". E in questa accezione, SAEF ha fatto scuola: "Mi piacciono due cose di SAEF: la prima è una grande apertura mentale, non grezza. Ha delle leadership aperte e intelligenti, che sanno stare sul territorio ma che sanno bene che i confini del territorio sono piccoli, una freschezza di approccio e di relazione. E poi mi piace questo lavoro all'americana con i collaboratori, **una visione da squadra** e non gerarchicamente stretta, un approccio moderno". In questa modernità, secondo Emilio del Bono, rientra anche la grande operazione che ha visto SAEF accanto alla Fondazione Brescia Musei nel patto "Alleanza per la cultura": "È stata un'intuizione felice di chi dice che il patrimonio monumentale e la bellezza di questa città non riguardano soltanto il comune, ma la comunità, la città stessa. Chi può aiutare a questo scopo? Solo un'alleanza per la cultura che va oltre la burocrazia amministrativa, per far sì che Brescia sia conosciuta anche per la sua storia e per la sua cultura oltre che per la sua economia. È una delle città più antiche d'Europa, con oltre 3000 anni di storia. È frutto di

contaminazioni culturali incredibili che ci hanno trasferito la capacità di essere radicati ma anche di internazionalizzarci. Non è un caso che i bresciani siano fra i più abili ad internazionalizzare. Il fatto che SAEF e altre imprese abbiano sostenuto questo progetto, significa che Brescia, la sua storia, la sua Bellezza, sono patrimonio di tutti". Infine il Sindaco richiama anche la **grande attenzione che SAEF da sempre dedica ai giovani**, accogliendoli in azienda spesso inesperti e costruendo insieme a loro percorsi di elevata professionalizzazione. E il messaggio del Sindaco per i 25 anni di SAEF è proprio rivolto a questi ragazzi: "Siccome le parole più spese di questi decenni sono state *sfiducia e diffidenza*, è necessario cambiare prospettiva di osservazione. Fiducia nelle possibilità, nelle capacità, nelle competenze di questi ragazzi. Non bisogna ascoltare tutti quelli che dicono che *era meglio prima*, perché lo diranno sempre, in realtà bisogna avere fiducia. Bisogna mettersi alla prova e sfidarsi. Parliamo di una generazione che ha grandissime possibilità e potenzialità, deve studiare e lavorare sodo, ma ha grandi possibilità. Onore al merito a chi questa fiducia la ripone nei giovani".





## Confindustria

**Giancarlo Turati:  
“SAEF modello  
di eccellenza,  
ci insegna a  
guardare il campo,  
non la palla”**



È il vice presidente nazionale della “Piccola impresa” di Confindustria ed è stato a Brescia il motore dell’operazione “Albero della vita”. Giancarlo Turati, Ceo di Fasternet, ricorda i primi passaggi grazie ai quali è venuto a contatto con SAEF: “Sono arrivato a conoscere SAEF in corsa e la prima occasione è stata «Passione Impresa», in special mondo al primo appuntamento in assoluto con Manuela di Centa. Era una società che non conoscevo e già dal primo approccio è stata un’impressione del tutto positiva. Ho capito che c’era molto feeling fra le nostre aziende. Ho visto in SAEF grandi contributi di contenuto valoriale, che sono sempre stati in linea con mio pensiero”. Fasternet e SAEF, due aziende moderne che non potevano non incrociarsi, conoscersi, collaborare: “L’azienda ha un ruolo sociale importante per lo sviluppo della società, **il tema della responsabilità sociale**

**comprende anche la cultura perché se l’impresa progredisce e genera benessere è anche perché viene permeata di cultura. In questo SAEF si è sempre distinta** ed è anche per questo motivo che fra noi è nata una bella collaborazione che va anche oltre l’ambito professionale. Ci si conosce, si apprezzano i valori che si condividono e poi si progetta sia in ambito di business che in ambito di responsabilità sociale”. Da qui ad un forte asse di intenti e azioni il passo è stato breve: “SAEF si è sempre distinta e l’ho sempre vista avanti rispetto a molte altre aziende. Non ci sono tante realtà che hanno una presenza così qualificata in così tante iniziative importanti. Molte aziende fanno qualcosa, ma poche come SAEF scelgono la qualità dell’offerta. Quel che fa SAEF non è semplicemente un aiuto economico a qualche manifestazione, ma un concetto più ampio. Io ho imparato tanto da voi, in questo senso”. Con il rischio, a volte reale, di trovarsi incompresi: “Si è addirittura così avanti che a volte non si viene capiti. L’azienda non è un bancomat, anzi, è necessario che selezioni e che crei una corrispondenza fra azione e contenuto. Più aziende entrano in questa logica, meglio è. E SAEF è un punto di riferimento in questo ambito, un’azienda dalla quale prendere ispirazione. Le esperienze passate dimostrano quanto ci sia attenzione e poca estemporaneità nell’azione di SAEF”. Una visione comune che si è presto trasferita anche nell’ambito del business: “SAEF è oggi una realtà importante a Brescia. Non a caso è un’azienda

**Siamo aziende che credono che portare conoscenza, cultura imprenditoriale, competenza... sia importante e lo fanno con decisione.**

con cui collaboro. Anche a livello di rete d’impresa io penso che SAEF sia un modello virtuoso e quindi questi 25 anni ben vengano. Abbiamo più o meno la stessa età: un anno in meno di Fasternet. È la dimostrazione della continuità che si può dare a un progetto d’impresa. Ci sono aziende che fanno le meteore e altre che sviluppano progettazioni a lungo termine, che conciliano tensione verso il profitto e attività rivolte alla crescita culturale della società e delle persone”. Una presenza qualificata che si riscontra anche nell’ambito associativo: “C’è a Brescia un movimento di aziende che condividono questo pensiero e una buona parte di queste aziende stanno in Confindustria Brescia e nella “piccola”. Siamo aziende che credono che portare conoscenza, cultura imprenditoriale, competenza... sia importante e lo facciamo con decisione. Aziende che hanno questa sensibilità e che non si concentrano unicamente su se stesse ma si aprono e portano questa visione anche a altre aziende che vogliono crescere. Si crea un circolo virtuoso che



permette a tutti di crescere e **il concetto di concorrenza diventa quasi un crescere insieme**”. Infine una metafora a metà fra il religioso e il calcistico: “Dobbiamo smetterla di ragionare per parrocchie e iniziare a lavorare per diocesi e trovare insieme le

sinergie per portare avanti il contesto imprenditoriale. Ruud Gullit, grandissimo giocatore olandese degli anni ‘80 e ‘90 diceva che un bravo giocatore guarda il campo, non la palla. Ecco, l’esperienza di SAEF insegna a guardare il campo”. ✕

## Alleanza per la cultura

**Stefano Karadjov:**  
“Prendersi cura  
della cultura  
significa prendersi  
cura di tutti noi.  
Il mio augurio  
per SAEF...”



Essere partner della più grande operazione di congiunzione pubblico privata in tema culturale della città di Brescia non è cosa da poco. Non è scegliere di finanziare un'opera anziché un'altra, ma è proprio una scelta di campo ben distinta, molto tangibile. Se SAEF fa parte di “Alleanza per la cultura”, ovvero il patto pubblico privato ideato dalla Fondazione Brescia Musei, è anche per questo motivo, per ribadire con convinzione una propria propensione. A riconoscerlo in prima persona è Stefano Karadjov, direttore della Fondazione: “SAEF è stata la prima realtà in termini di velocità che ha colto questa opportunità dopo la presentazione. Ci siamo conosciuti in occasione di un incontro al Rotary in cui ho avuto la fortuna di presentare il progetto che mi accingeva ad iniziare... Il passo per dare vita ad una collaborazione a quel punto è stato veramente breve anche perché l'amministratore delegato (Paolo Carnazzi, *Ndr*) oltre ad

avere apprezzato il mio progetto ne parlò immediatamente in termini di «piano industriale per il mondo delle mostre e della cultura», una definizione che mi colpì molto, al punto di spingermi molto spesso ad usare questo paragone anche nelle illustrazioni successive”. Quella tra SAEF e Fondazione Brescia Musei è una sintonia nata in pochissimo tempo, ma fondata su radici di pensiero comuni “Ruota tutto attorno ad una capacità di visione che va a supporto del mondo delle imprese. Si pensi alla formazione... SAEF è in qualche modo all'avanguardia rispetto a molte altre imprese e non è un caso. Tipicamente **aziende che hanno questo pensiero sulla cultura sono aziende con la capacità di vedere se ci sono elementi di novità in ogni mondo** che hanno attorno e di proiettarli dal punto di vista comunicativo. SAEF ha colto molto bene l'elemento di novità che sta nell'affiancare stabilmente la realtà culturale con il privato, perché questo supporto non può venire che dal privato”. Sembra un gioco di parole ma in realtà non lo è: “È proprio il privato che riesce a cogliere meglio ciò che riguarda il pubblico”. Il privato che guarda il pubblico e che guarda anche se stesso, in un periodo in cui questa distinzione è stata per certi versi affievolita dalla necessità comune di far fronte alla pandemia. E per l'impresa moderna è nato un nuovo, fondamentale ruolo: “Per moltissimi mesi le imprese sono state per tante persone l'unico luogo in cui avveniva uno scambio sociale extrafamiliare.

Per oltre un anno non si è andati da nessuna parte dove questi scambi potessero verificarsi, se non «al lavoro». Questo fatto ha aumentato incredibilmente il ruolo sociale dell'ambiente lavorativo. L'azienda dopo un iniziale spaesamento ha capito questa esigenza e provveduto anche a creare le situazioni più opportune per permettere alle persone di stare insieme e la gran parte lo ha fatto e continua a farlo aggrappandosi alla cultura”. Una missione aggiuntiva al mondo dell'impresa, che oggi diviene, a pandemia allentata, quasi un termine di continuità: “Noi abbiamo avuto una vera e propria esplosione di eventi corporate da quando è stato possibile ricominciare ad ospitarli negli spazi culturali e avremo un autunno caldissimo in questo senso, perché abbiamo un grandissima richiesta e perché queste occasioni culturali stanno finalmente entrando nelle abitudini delle aziende che riconoscono questo bisogno: relazioni sociali all'interno dell'impresa basate su stimoli culturali. Un binomio che non ha uguali in quanto a potenza ed è generativo di idee, modelli

**Ho trovato un'impresa matura anche in questo approccio, che sceglie le dinamiche giuste per proporsi ai propri clienti e collaboratori in questo ambito, che ha personalità e determinazione e che ama la bellezza.**

operativi, sviluppo. In questo senso **il ruolo della cultura nello spazio aziendale è e sarà sempre più centrale**”. Fra questi eventi corporate, spesso è presente anche il logo di SAEF: “Ho trovato un'impresa matura anche in questo approccio, che sceglie le dinamiche giuste per proporsi ai propri clienti e collaboratori in questo ambito, che ha personalità e determinazione e che ama la bellezza”. Il tutto in una delle città più belle da poter narrare: “Brescia è come se fosse un grande storytelling, un po' perché non l'abbiamo ancora raccontata a fondo, un po' perché l'abbiamo sempre e unicamente raccontata come città dell'impresa e del lavoro. Ma se la guardiamo con occhi esterni ci si sente di fronte a una tale primizia che anche le persone che la incontrano per la prima volta sentono la necessità di dover raccontare qualcosa. È per questo che la nostra accezione culturale sta crescendo: chi vive esperienze forti sente lo stimolo di raccontarle, di passare la parola, di passare la... cultura”. Non è un caso che i dipendenti di SAEF per iniziare la ricorrente festa estiva del Gruppo abbiano visitato la rinata Vittoria Alata negli spazi del foro: “Ho apprezzato moltissimo questa scelta, poche aziende lo avrebbero fatto. E sono convinto che sia stata molto più rinfrescante e rigenerante una giornata all'insegna di questa cultura, che non mille altri eventi. Quello che si ottiene in queste esperienze è energia per la mente, è qualcosa che rimane e non passa”.



## Dal mondo dei professionisti

**Emilia Serpelloni:**  
**“Affidabilità e crescita costante, una collaborazione preziosa”**



Una società di servizi alle imprese è spesso riferimento diretto dell'azienda, ma lo è anche per i professionisti che collaborano con le aziende, primi fra tutti i professionisti della fiscalità (i commercialisti) e quelli del lavoro (i consulenti del lavoro). SAEF negli anni ha generato un forte legame con queste due categorie, che hanno in questo modo potuto beneficiare di un partner affidabile da proporre ai propri clienti per operazioni di sviluppo. Un rapporto “particolare” si è creato, a partire dal 2010, con l'Associazione dei consulenti del lavoro di Brescia, presieduta da Emilia Serpelloni, la quale non ha dubbi sulla percezione di SAEF nei confronti dei professionisti: “Sicuramente stiamo parlando di una realtà in fortissima crescita, che è migliorata moltissimo nel corso degli anni. Noi abbiamo il polso di moltissime imprese e anche in loro c'è questa percezione rispetto a SAEF”. Una crescita non fine unicamente a se stessa: “Non è soltanto una crescita quella a cui abbiamo

assistito e stiamo assistendo, ma è una crescita nella direzione giusta, che ha fatto di SAEF una realtà d'eccellenza nell'ambito bresciano”. L'accento dell'associazione dei consulenti del lavoro va anche ai molti eventi formativi che SAEF ha proposto in questi anni: “Abbiamo potuto partecipare e assistere ad eventi di primario livello e ciò che mi ha sempre stupito è stata la capacità di SAEF di individuare sempre la tematica giusta, la più attuale, quella che sarebbe arrivata da lì a breve, una lungimiranza non comune...”. Con l'associazione SAEF ha anche avviato un'esperienza formativa molto importante: “I corsi per i dipendenti degli studi professionali iscritti all'associazione ed erogati da SAEF sono stati un vero successo, stiamo parlando di un'ottima organizzazione e di una grande qualità. Ci piacerebbe fare molte cose insieme a SAEF ma spesso la quotidianità lavorativa ci rallenta in questo senso. Tuttavia, **quando abbiamo incrociato le nostre forze sono sempre state occasioni foriere di successi**

**significativi e particolarmente apprezzati**”. Pareri che la dicono lunga sul rapporto fra i professionisti e le società di servizio alle imprese: “Rispetto a diversi anni fa qualcosa è cambiato. Prima le imprese si rivolgevano in primis ai professionisti per avere servizi che spesso esulavano la nostra sfera operativa. Oggi, invece, ci sono imprese come SAEF che sono divenute punti di riferimento diretto. È stato un passaggio importante e fondamentale: le imprese hanno imparato che non siamo più tuttologi ma professionisti della nostra area, quindi ben venga un riconoscimento maggiore delle specificità e della professionalità. Dello stesso parere anche Eugenia Salvadori, presidente dell'Associazione bresciana commercialisti: “È fondamentale per noi professionisti avere rapporti fiduciosi: i nostri clienti si fidano di noi e dei nostri consigli. Se noi li affidiamo a persone e aziende affidabili come SAEF, appare chiaro che generiamo passaggi virtuosi e importanti. Dobbiamo

sempre di più percorrere la strada della specializzazione: non possiamo essere tuttologi. **Per ogni attività la specializzazione è importantissima, a maggior ragione nel campo dei servizi**”. Con i commercialisti la collaborazione con SAEF ha radici ancora più profonde: “25 anni di attività non sono pochi e in molti di questi anni abbiamo collaborato fattivamente. Se abbiamo scelto SAEF è perché si è sempre dimostrato un partner affidabile sia per noi che per i nostri iscritti. La collaborazione è molto positiva oggi, ma lo è stata anche negli anni. Se fosse stato

**L'incrocio delle nostre forze è sempre stato occasione di successi particolarmente significativi e apprezzati.**

**Eugenia Salvadori:**  
**“Dobbiamo sempre di più percorrere la strada della specializzazione: non possiamo essere tuttologi”**



diverso probabilmente avremmo scelto di interrompere questa collaborazione, quindi se siamo ancora a braccetto c'è un motivo vero e autentico. Non c'è mai stata una lamentela da parte dei colleghi, è una collaborazione a cui teniamo perché ci troviamo veramente bene”. Con un valore aggiunto in più: “Noi siamo cresciuti anche grazie a questa collaborazione e all'aiuto di SAEF, che in molte occasioni si è rivelato prezioso. **Un'asse professionale che ha prodotto effetti positivi per entrambi e che continuerà a farlo**”. Merito anche di solidità e affidabilità: “In questo ambito ci sono aziende *soufflé* che millantano grandi servizi e poi si sgonfiano nel giro di pochissimo tempo alla prova dei fatti. Con SAEF invece abbiamo sempre ottenuto ottimi risultati e verificato ogni volta una grande affidabilità. Non a caso è partner dei nostri master periodici di formazione, una collaborazione importante della quale non possiamo che ringraziare questa società”. ✕

# 25 ANNI DI INCONTRI: HOTEL BRESCIA, IL PRIMO CLIENTE



**Roberto Piccinelli:**  
“Ci sono rapporto  
umano, fiducia,  
collaborazione...  
Noi quelli che  
siamo grazie  
a SAEF”



Correva l'anno 1996 e una delle primissime fatture che l'allora giovanissima SAEF ha emesso, aveva indicato sulla ragione sociale del cliente "Hotel Brescia, Darfo Boario Terme". Il titolare di allora è saldamente al comando del timone anche oggi, nonostante gli anni della crisi termale della zona e allora come oggi ribadisce la stessa idea su SAEF: "Ho dato fiducia a questa azienda - ricorda Roberto Piccinelli - quando era ancora sconosciuta e non me ne sono mai pentito. È iniziato tutto così per caso perché **tanti anni fa pensare di poter incassare i contributi pubblici per le imprese era una novità**. SAEF si è proposta, mi è piaciuta e abbiamo iniziato...". Un cammino poi divenuto lungo a quanto sembra: "Negli anni il rapporto si è consolidato. Ho potuto fare tanti lavori importanti nell'hotel e molti di questi sono stati finanziati. In questa lunga storia almeno il

95 per cento delle domande di contributo presentata grazie a SAEF è andata a buon fine. Il segreto di questo rapporto così efficace è semplice: da parte nostra c'è fiducia, da parte di SAEF c'è professionalità, un binomio di successo". Tanto da voler aiutare anche altri in questo modello virtuoso: "Ho presentato a SAEF parecchi alberghi e parecchi amici perché quando ti trovi bene con un'azienda sei il primo a promuoverla, diventi una sorta di testimonial. **Confido nel fatto che questa collaborazione possa proseguire ancora per molti anni**, anche perché ormai c'è un rapporto che va al di là del professionale, ormai c'è un rapporto umano". Si tratta di un elemento indispensabile per poter instaurare quella fiducia necessaria al successo: "Un'operazione può andare bene, ma può anche andare male, questo fa parte delle cose; ma prima ancora che l'operazione c'è un rapporto umano che va coltivato. Personalmente mi sono sempre trovato bene con tutti coloro con cui ho avuto a che fare in SAEF, anche con le figure operative e con i collaboratori, dotati di validità indiscussa ma anche di uno stile comune e riconoscibile. Questo mi ha sempre rasserenato: è molto evidente la presenza di uno stile SAEF, le cui direttive probabilmente vengono emanate dalle figure apicali, ma che si ritrova in ognuno dei collaboratori". Garanzie importanti per un rapporto duraturo, che sembra lungi dal concludersi: "Difficilmente cambierò, anche a fronte di eventuali risparmi economici. Non è un fattore determinante in un rapporto come questo. **Quel che invece è determinante è avere partner affidabili e validi, con**

**cui coltivare un vero rapporto di fiducia**". Sul tema dei contributi pubblici Piccinelli non ha dubbi: "Non bisogna commettere l'errore di sperare di ottenerli senza spenderli. Negli anni passati c'erano più contributi, è vero, ma anche oggi ci sono opportunità interessanti in questo ambito, bisogna però avere la volontà di investire per poter essere aiutati: sarebbe impossibile sostenere tutto da soli, soprattutto con la crisi turistica e termale che abbiamo vissuto e stiamo vivendo". E spesso gli aiuti arrivano proprio nei momenti più difficili: "Sicuramente questo periodo di due anni di pandemia per il contesto di Boario con clientela piuttosto anziana e un target ben definito è stato uno scossone molto forte e ha portato a una vera crisi. Lo si è visto anche dalla chiusura degli hotel (*ogni anno a Boario chiude un albergo*) e dal mancato sviluppo di strutture a supporto del flusso turistico. Oggi siamo rimasti 7 alberghi (*nel 1975 c'erano più di 35 strutture*). Inoltre, tante strutture chiuse da molti anni fanno fatica ad essere convertite con altri scopi, quindi rimangono unicamente un brutto biglietto da visita". Ma non tutto è perduto e l'Hotel Brescia ne è la dimostrazione vivente: "Stiamo cambiando tipologia di clientela, meno termale e più clientela da vacanza, più giovane, che cerca lago, montagna, cicloturismo. La chiave è proprio questa, cambiare clientela: abbiamo investito in e-bike e ci crediamo, siamo diventati un *bikehotel*, grazie ai contributi green e sostenibilità. Abbiamo posizionato le colonnine di ricarica per le auto elettriche... Ci piace stare al passo con i cambiamenti che vediamo e questa visione l'abbiamo anche grazie a SAEF".



# 03

SAEF è  
attenzione

# 25 ANNI DI ATTENZIONE...

# >> AI GIOVANI



**Gianfausto Ferrari:**  
“SAEF, un  
patrimonio per  
la nostra società  
e i nostri giovani”



Una costante di 25 anni di attività è stata l'attenzione rivolta ai giovani che SAEF ha sempre dimostrato di avere in maniera diretta (coinvolgendoli nell'attività professionale) e in maniera indiretta (sostenendo iniziative volte alla formazione). Una di queste iniziative, forse la più significativa, è stata il sostegno alla Digital Universitas, fucina di nuove figure dell'innovazione in stile olivettiano. Gianfausto Ferrari, fondatore della DU, non ha dubbi sugli spunti che hanno portato all'intesa: "C'è stato e c'è un «idem sentire» che è molto importante. Quando ho lanciato il mio progetto l'AD di SAEF è stato l'unico a contattarmi direttamente a dimostrazione di un interesse non comune. Mi ha chiamato mi ha detto che lo aveva letto sul giornale e si è proposto offrendo borse di studio per alcuni anni agli studenti e ospitandoli poi in azienda. È stata una splendida occasione per conoscere questa realtà". Una conoscenza che

poi è progredita: "Solitamente mi faccio un'idea delle aziende osservando i particolari quando le visito e in SAEF ho visto tanta gente sorridere... veramente una splendida realtà, poi ne ho avuto conferma guardando tutto ciò che immette nella società con eventi importanti e con uno **spirito olivettiano, con l'uomo al centro e l'azienda al servizio della comunità**. Conoscono poche aziende con questo approccio". Un filo conduttore che dura ormai da 25 anni: "Non amo il termine *start up* come non amo il termine piccole e medie imprese (le imprese sono sempre grandi, di qualsiasi tipo di impresa si tratti, scalare una montagna è sempre un'impresa, ad esempio, quindi ogni impresa è una grande impresa indipendentemente dalla dimensione) ma apprezzo lo spirito imprenditoriale quando rimane fresco anche dopo tanti anni. **Mantenere nel tempo lo spirito avventuroso che ha fatto nascere l'impresa**



**è una vera rarità.** È come nei matrimoni, se due persone dopo 25 anni si guardano ancora negli occhi e si tengono per mano, quella è la vera dimensione dell'amore". Ferrari riconosce a SAEF anche uno spirito indomito e coraggio non comuni: "Buttare il cuore al di là dell'ostacolo è una parte importante del fare azienda. L'azienda è come un'automobile in salita, deve andare avanti. Banalmente si chiama innovazione. I modelli di business in 25 anni sono cambiati molte volte, chi si mette in testa di seguire gli stessi modelli, si trova inevitabilmente tagliato fuori dalla situazione. La capacità di adattarsi al nuovo contesto è una capacità fondamentale e io in SAEF l'ho sempre percepita".

Fra i nuovi modelli, anche quello di dare fiducia ai giovani: "La valorizzazione dei giovani di SAEF è straordinaria. Tutti i grandissimi scienziati hanno fatto grandissime cose nella fascia di età giovanile. È in quel momento che il cervello è nel pieno delle proprie potenzialità. Oggi a maggior ragione con il ricorso a tecnologie che si rinnovano con incredibile velocità. Ricordo che quando ho creato Talent Garden, ero scettico su alcune proposte di un certo ventenne che si chiamava Davide Dattoli però gli ho dato fiducia pensando che il giovane era lui e sapete tutti come è andata a finire (o meglio a iniziare). Io credo che l'innovazione sia nel cervello dei ragazzi di 20 e 30 anni. Abbiamo ragazzi veramente meravigliosi e di questo dobbiamo andare orgogliosi e fieri e soprattutto dare loro fiducia. **È un percorso di valorizzazione continuo: la capacità di crescere rimanendo giovani, questo è il segreto**". Non poteva mancare un ultimo augurio: "Mi auguro per la società che vivo quotidianamente che SAEF continui ad esistere e progredire perché c'è tanto bisogno di aziende così nella nostra società. SAEF è come la macchiolina sulla pelliccia del leopardo: sembra una cosa piccola ma è ciò che permette al leopardo di mimetizzarsi e mantenere l'equilibrio dell'ecosistema".

In SAEF ho visto tanta gente sorridere... veramente una splendida realtà. Poi ne ho avuto conferma guardando tutto ciò che immette nella società con eventi importanti e con uno spirito olivettiano, con l'uomo al centro e l'azienda al servizio della comunità.



## » ALLA SICUREZZA

**Franco Bettoni:**  
**"Vinceremo soltanto grazie ad una nuova cultura". Premiato l'esempio di SAEF con Il Volo del Colibrì**



Parafasando la vision di SAEF non si incontrano frasi tipo "ci occupiamo di sicurezza perché lo riteniamo importante" o "perché le aziende ne hanno bisogno" ma si incontra: "ci occupiamo di sicurezza sul lavoro perché riteniamo la vita il bene più prezioso che abbiamo e se facciamo bene il nostro lavoro contribuiamo a preservarla". La sicurezza è un elemento intangibile, che si genera grazie ad una cultura e che è frutto di uno sforzo collettivo: imprese di servizi, enti, istituzioni, aziende, lavoratori. In quest'ottica nel 2014 SAEF ha radunato accanto a sé molti di questi soggetti e messo in

campo insieme a loro un grande progetto sulla percezione del rischio in età evolutiva, chiamato non a caso "Il volo del Colibrì". Accanto a SAEF in quell'operazione c'era un ente in particolare, l'ANMIL, l'associazione che riunisce i mutilati per cause di lavoro e alla presidenza di quell'ente c'era il bergamasco Franco Bettoni, oggi al timone nazionale dell'INAIL. Nonostante ruolo diverso e responsabilità altrettanto diverse, Bettoni, in occasione dei 25 anni di SAEF ha voluto richiamare in esclusiva per queste pagine l'importanza di azioni come quella svolta, in forma quasi pionieristica, in collaborazione

La cultura della prevenzione e della sicurezza deve essere diffusa in modo pervasivo come un elemento della crescita personale dei giovani che più che di norme prescrittive hanno bisogno di valori, di testimonianza e di esempi.

con la nostra società: "L'INAIL da diversi anni promuove progetti e attività formative sia a livello centrale che territoriale destinati al mondo della scuola, allo scopo di diffondere tra i giovani la cultura della salute e della sicurezza nei luoghi di lavoro, di studio e di vita quotidiana. Il nostro obiettivo è quello di stimolare negli studenti, futuri lavoratori, e in tutto il personale scolastico la consapevolezza dell'importanza di assumere comportamenti corretti e sicuri e creare un solido legame tra il mondo della scuola e quello del lavoro". E proprio quel volo di colibrì partiva da questi presupposti, ovvero quelli per cui non esiste una sicurezza vera, ma esiste una percezione del rischio e non è scindibile dall'ambito della sicurezza se si parla di responsabilità: "Grazie anche al nostro impegno prosegue una mission educativa sui temi di prevenzione e sicurezza, rispetto ai quali, soprattutto in questo periodo, siamo tutti particolarmente sensibili. INAIL si impegna a garantire il suo ruolo di sostegno nei confronti di ragazzi, insegnanti, personale scolastico e familiari, attivando un circolo virtuoso di apprendimento e supporto reciproco in una fase storica che ci porta a restare uniti

e ad accrescere le nostre abilità di resilienza e di responsabilità collettiva. Sono convinto che le norme da sole, senza una vera cultura della sicurezza, non bastano". In un altro anno terribile per gli infortuni sul lavoro (con le morti bianche in aumento rispetto al passato), è sempre più importante parlare di "cultura" per invertire la rotta: "La cultura della prevenzione e della sicurezza deve essere diffusa in modo pervasivo, proprio a partire dalla realtà scolastica e **la sicurezza va vissuta come un elemento della crescita personale dei giovani che più che di norme prescrittive hanno bisogno di valori**, di testimonianza e di esempi". Ospitare in queste pagine dichiarazioni esclusive del presidente nazionale di INAIL è un grande privilegio, anche per il solo fatto di ribadire che la sfida non è singola, ma dell'intera comunità. ✕



## » ALLO SVILUPPO DI IMPRESE E TERRITORI

**Roberto Ghidotti:**  
"SAEF anello strategico per lo sviluppo di imprese e territori"



L'attenzione al territorio e alle imprese è come una lente di ingrandimento: può essere osservata da diverse distanze. Più ci si avvicina, più si vedono singole necessità, più ci si allontana, più si vedono necessità comuni e complessive. È attraverso questa lente che SAEF in 25 anni ha osservato migliaia di territori con progetti di sviluppo che hanno riguardato microimprese come grandi contesti. E in questo percorso ha incontrato il plauso di tanti mondi, fra cui quello dell'associazionismo di settore: "Ho sempre visto in SAEF un gruppo giovane e pieno di entusiasmo, che guarda alla novità con molto interesse, con ampi margini di crescita e di manovra - ricorda Roberto Ghidotti, responsabile dei Distretti del commercio per ASCOM Bergamo. Oggi bisogna essere sul territorio, non solo per dare servizi, ma questi servizi devono anche entrare nella vita quotidiana delle comunità per portare sempre nuove opportunità. I distretti non sono solo una rincorsa al contributo ma sono capacità di progettare lo sviluppo di una determinata zona, facendo ragionare anche

**SAEF ha questa grande potenzialità: fare servizi innovativi legati alle imprese e alle istituzioni, ma anche fare progetti che vadano oltre i bandi regionali.**

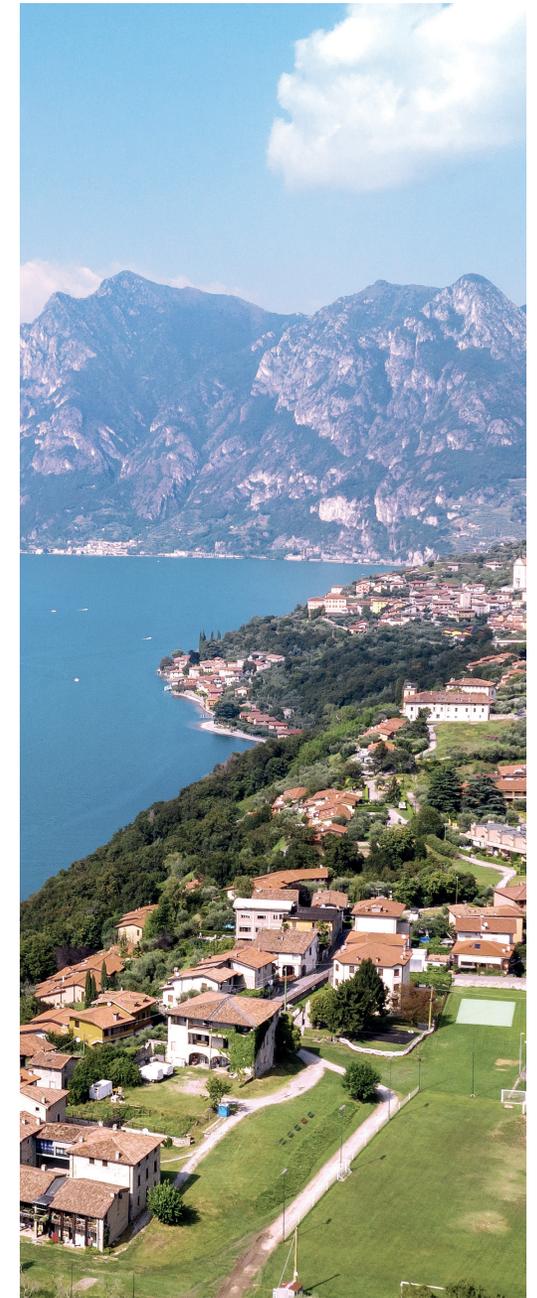
**Fare progetti per andare a cercare i bandi e non il contrario. Non dobbiamo aspettare che siano altri a darci le idee ma costruire le idee a partire dalla nostra capacità.**

gli amministratori su una visione più ampia. SAEF è il soggetto giusto per aiutare questo tipo di lavoro, per incominciare a far interagire le varie istituzioni su progetti che siano condivisibili ma anche attuabili. Un po' come nel progetto sui comuni rivieraschi del lago d'Iseo, nel quale SAEF è motore di una



progettualità che va al di là dei contributi". Un asse consolidato con una collaborazione ormai di moltissimi anni: "SAEF ha questa grande potenzialità: **fare servizi innovativi legati alle imprese e alle istituzioni, ma anche fare progetti che vadano oltre i bandi regionali.** Fare progetti per andare a cercare i bandi e non il contrario. Non dobbiamo aspettare che siano altri a darci le idee ma costruire le idee a partire dalla nostra capacità. La svolta che deve essere fatta è quella di rivolgersi alle microimprese, quelle piccole, negozi di vicinato, che devono essere aiutati ad affrontare le tematiche dei nuovi bisogni dei consumatori. Il cambiamento di gestione, di approccio, di offerta sono elementi importanti. SAEF ha compreso tutti questi fenomeni e gli ha dato risposte". Leggere il bisogno, appunto, per approntare un'offerta funzionale allo sviluppo, anche se le realtà sono micro: "Oggi

alle microimprese non serve sempre e solo l'obbligatorietà, ma serve soprattutto capire come va il mondo, come attrezzarsi con le nuove esigenze, come aprirsi alle nuove proposte (informatiche, promozionali, commerciali), sviluppare servizi adeguati ai consumatori stessi. Potersi attrezzare per fare offerte vevoli, mettersi in rete... anche le associazioni devono essere in grado di capire questo livello. Agire nel piccolo, ma pensando in grande. Il commercio non vende solo prodotti, ma sensazioni, modi di essere, esperienze. Il negozio è non oziare, ma capire le novità e assecondare sviluppo". Una funzione particolarmente appropriata per le società di servizio: **"Chi riesce a capire il cambiamento, magari riscoprendo la vocazione territoriale, può davvero aiutare il territorio a crescere.** Il ruolo delle società di servizio è anche questo. Anche sulle manifestazioni, sulla filiera culturale, storica, enogastronomica... sono valenze che poi si ripercuotono in ambito commerciale. Bisogna sempre porsi il problema che i bisogni sono dinamici e cambiano". Il tutto con lo sguardo rivolto al futuro: "Io credo nel ruolo di SAEF di essere fornitore di servizi alle amministrazioni comunali per fare in modo che i progetti possano avere una visione a medio e lungo periodo e non solo nella contingenza. La ritengo una presenza strategica per lo sviluppo".





# 04

SAEF è  
cultura

## 25 ANNI DI CULTURA

saef 24

25 saef

# >> IL FESTIVAL “RINASCIMENTO CULTURALE”

**Alberto Albertini:**  
“SAEF è visionaria,  
per noi partner  
strategico”



Alberto Albertini, oltre ad essere un apprezzato romanziere, vincitore del Premio Viareggio con il suo “La classe avversa” è ideatore e motore di “Rinascimento culturale” il festival che “invade” la Franciacorta di pensiero e contenuti e che vede SAEF fra i partner fin dalle primissime edizioni: “Io non cercavo semplici sponsor ma qualcuno con cui lavorare e costruire una rete virtuosa. Fare rete era una sorta di moda: tutti lo dicevano, ma nessuno lo faceva, perché siamo un popolo di individualisti. Ma siamo riusciti a costruire una rete virtuosa pubblico-privata. Abbiamo chiesto a tutti di fare in modo che il festival fosse uno strumento di promozione dell’azienda, abbiamo proposto alle imprese di promuoversi tramite il festival. SAEF non ha soltanto invitato i propri clienti ma ha dato loro strumenti per la propria professione attraverso il festival perché crede nella

capacità della cultura come sistema visionario delle idee”. Il tutto nel solco di convinzioni consolidate: “SAEF aveva già intuito il valore della cultura come sistema formativo per le imprese, ovvero l’idea di anticipare il futuro. SAEF è un partner ideale per un festival come il nostro. Io cercavo moltiplicatori del valore comunicativo di questa iniziativa per trasferirlo alla propria rete. SAEF non solo aiuta le imprese a crescere, ma ha anche capito che la crescita non risiede unicamente nelle *hard skill*. Se la crescita non è culturale non è crescita. È necessario crescere confrontandosi con gli altri, anche con chi ne sa più di te, altrimenti come si fa a cambiare se ci si chiude unicamente in una torre d’avorio? Come si fa a confrontarsi con chi ha fatto meglio, con gli altri, con il mondo che cambia?”. Una chiave di lettura che è portante nel moderno concetto di impresa: “SAEF ha capito



“SAEF ha capito che non si possono aiutare le aziende soltanto in ambito tecnico ma bisogna far vedere visioni, utopie, qualcosa che sembra irrealizzabile e questo si fa attraverso il ricorso a personaggi e figure straordinari, anche attraverso prospettive diverse rispetto a quella meramente imprenditoriale, toccando altri mondi come lo sport, la letteratura, la filosofia, l’umanistica”.

che non si possono aiutare le aziende soltanto in ambito tecnico ma bisogna far vedere visioni, utopie, qualcosa che sembra irrealizzabile e questo si fa attraverso il ricorso a personaggi e figure straordinari, anche attraverso prospettive diverse rispetto a quella meramente imprenditoriale, toccando altri mondi come lo sport, la letteratura, la filosofia,

l’umanistica. È un perfetto allineamento rispetto a quello che immagino io come crescita.

**Azienda moderna oggi nel post covid è quella che sa immaginare ciò che ancora non esiste** e che quindi sa anche prepararsi per questo”.

Appunto, la pandemia... “Il covid ha insegnato questo: chi ha saputo vedere ciò che non c’era anche in ambito digitale, non si è trovato impreparato. L’azienda moderna è quella che sa ascoltare mille persone e mille punti di vista. Spesso il cambiamento si vede attraverso una voce anomala. Ci vuole un atteggiamento di curiosità, di apertura, di ascolto anche ai giovani, ovvero coloro che spesso sanno intercettare il cambiamento prima di noi. Mai partire dal presupposto che ne sanno meno di te. Io vedo aziende del futuro che sappiano creare relazioni, unire i puntini... e per fare questo devi essere aperto mentalmente e operativamente”. ✕

## » AMICI DI PALAZZO MARTINENGO

**Roberta Bellino:**  
**“Non ho incontrato un’azienda, ho incontrato una squadra”**



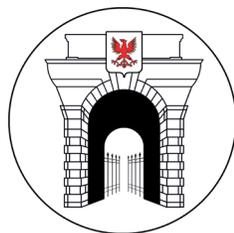
È stata una delle più giovani dirigenti scolastiche italiane (ruolo che svolge con grinta e professionalità nonostante la bufera Covid che si è riversata anche sul mondo della scuola) ed è la presidente degli “Amici di palazzo Martinengo” il sodalizio che da diversi anni organizza mostre di primissimo piano a livello nazionale negli spazi del suggestivo edificio storico di via dei Musei. Mostre alle quali SAEF ha partecipato più volte come partner di riferimento: “L’approccio di SAEF mi è sempre piaciuto tantissimo ed è anche il motivo per cui c’è un rapporto di amicizia, oltre che di collaborazione – spiega Roberta Bellino. Un elemento che mi affascina particolarmente è che **in questa azienda l’idea di business è importante tanto quando la crescita culturale e sociale di chi ci lavora.** Il fatto di voler offrire internamente (ma anche ai fornitori) esperienze

che possano arricchire da un altro punto di vista la persona, ovvero quello culturale, è una visione lungimirante e moderna e dimostra una volontà non comune di voler nutrire con esperienze diverse e su diversi aspetti le persone”. Il riferimento è anche ai molti eventi organizzati durante le kermesse di Palazzo Martinengo, rivolti ai collaboratori e ai clienti di SAEF: **“È un fare azienda che non è solo commerciale e si trasforma in un motore di crescita a 360 gradi, anche interna.** Alla base c’è uno spirito che si percepisce molto bene quando ci si incontra. Ogni volta ci troviamo di fronte ad esperienze che sanno dare un’apertura mentale e di visione, all’esterno ma anche all’interno, sulle persone che lavorano in azienda. Si percepisce in forma molto chiara”. Un modello che Roberta Bellino nutre anche a livello didattico: “Se io dovessi

spiegare ai miei ragazzi il ruolo di un'azienda moderna oggi gli mostrerei l'esempio di SAEF e gli direi che quel ruolo è far crescere lavoratori consapevoli e che indossino la maglietta e sposino la causa di quello che l'azienda sta facendo, altrimenti il progetto non funziona. Una persona può essere un ottimo lavoratore ma se non abbraccia l'obiettivo, difficilmente l'azienda per la quale lavora vincerà le sue sfide in maniera efficace. Dall'altro lato della medaglia, un'azienda virtuosa deve pensare e valorizzare moltissimo e con continuità le sue risorse umane".

Visione che la giovane dirigente ritrova anche nella sua quotidianità: "Anche la scuola è un'azienda nel mio pensiero e in particolare un'azienda di formazione. Quella formazione deve sempre essere una conseguenza dell'ascolto e della percezione del bisogno perché se non parte da quest'ultimo non è efficace. Abbiamo tanti ragazzi che hanno voglia di sognare, ogni tanto bisogna fargli fare qualche bagno di realtà, ma se non siamo capaci di accompagnare con costanza i sogni delle persone, stiamo fallendo". Un percorso che inizia fra i banchi di scuola e prima o poi si trasferisce nei luoghi di

lavoro: "Alcuni ragazzi purtroppo hanno perso i loro sogni, altri sono iper-sognatori perché molto stimolati. Noi dobbiamo aiutarli a trovare la giusta misura senza sovraccargarli di aspettative e ricordandoci che sono ragazzi. Aziende come SAEF sono un braccio operativo dopo la scuola perché aiutano le persone a far parte di un gruppo positivo e non di un branco". Credere nel progetto, quindi, e indossare con orgoglio



ASSOCIAZIONE AMICI DI  
PALAZZO MARTINENGO

la maglia: "In un'azienda del genere la possibilità di credere in una squadra positiva c'è ed è un valore aggiunto per nulla indifferente. Il campo semantico della squadra è, oggi più che mai, veramente perfetto anche per un'azienda. Incrociando SAEF questo aspetto è il primo che si percepisce". Infine gli auguri: "In due parole... direi che SAEF è innovativa e attenta. Una venticinquenne in gamba e con tanta strada davanti". ✕

"Se io dovessi spiegare ai miei ragazzi il ruolo di un'azienda moderna oggi gli mostrerei l'esempio di SAEF e gli direi che quel ruolo è far crescere lavoratori consapevoli".



# >> OLTRECONFINE FESTIVAL

**Stefano Malosso:**  
“La cultura, oggi,  
è percorrere un  
tratto di strada  
insieme”



Oltreconfine è un festival del pensiero e della creatività, che si svolge in Valcamonica e ha un forte accento territoriale con una visione nazionale e internazionale confermata dagli ospiti di primissimo livello che, di volta in volta, mette in cattedra. SAEF è a fianco dell'organizzazione del festival ormai da 3 anni: “È molto strategico questo patto per la cultura, che è un patto per il sociale e per l'economia – spiega Stefano Malosso, direttore artistico del Festival – È un'attenzione che si rivolge al rilancio di un territorio, ad una popolazione, alle giovani generazioni ma anche ad un target più avanzato a livello anagrafico. Questa sinergia è fondamentale e molto preziosa ed è raro trovare aziende così attente e così sensibili al mondo culturale”. La formula è presto spiegata: “Viviamo tempi complicati sia per il privato che per il pubblico, invece quello che abbiamo trovato con SAEF

fin dall'inizio è una propensione all'ascolto e al dialogo. Abbiamo trovato interlocutori molto attenti a quel che si muove nel territorio, sia dal punto di vista sociale che dal punto di vista dello sviluppo culturale. A maggior ragione se vediamo questo punto come un segno di ripartenza dopo questo anno e mezzo durissimo”. Un periodo nel quale la cultura è spesso stata sacrificata, ma sta tornando protagonista: “Oggi si lotta per non chiudere le realtà culturali di un territorio. **Oggi fare cultura significa fare servizio pubblico, stabilire reti di collaborazione, di intesa, significa fare rete per mostrare un volto nuovo del territorio.** La chiave è una sinergia di rete fra enti pubblici e realtà territoriali private che, come SAEF, hanno un alto senso di responsabilità”. A maggior ragione in un territorio un po' chiuso: “La Valcamonica viene percepita come territorio un po' distante, un po' ristretto...



ma chi ci vive sa bene che è uno dei territori più ricchi per varietà di offerta; fare cultura in un luogo come questo è una sfida molto impegnativa. Sette anni fa quando abbiamo inventato questo festival ci davano dei pazzi, invece ci siamo resi conto che questa valle (e non solo) sentiva la necessità di questi spazi di pensiero e di questi momenti di incontro”. Da qui un collegamento diretto a ciò che SAEF svolge anche quotidianamente nella sua operatività: “Partecipare a questi incontri è come fare formazione, è come far arrivare in un territorio più o meno chiuso istanze che normalmente stanno fuori. Oltreconfine ha proprio questo significato. È in questa contaminazione che si costruisce questo festival. L'idea molto statica di un'azienda che paga una moneta per avere un proprio logo in un evento e lì finisce tutto è un'idea che appartiene a un mondo passato. Non sono

più quei tempi. **Oggi la cultura si crea in sinergia**, ci devono essere percorsi condivisi e in un rapporto molto più dinamico, di compenetrazione, di scambio”. Una direzione nella quale SAEF si è rivista in toto: “A festival come questi non interessa molto calare le decisioni dall'alto, ma attuare una compartecipazione di idee, di persone, di realtà che percorrono insieme un pezzo di strada. SAEF ha percepito immediatamente questo aspetto e lo ha percepito nella maniera giusta, facendolo diventare un momento formativo e di crescita per l'azienda e per i

propri clienti. Dopo il covid anche chi non era consapevole che la crescita è la carta per il futuro, lo dovrà essere perché nella cultura in senso ampio dobbiamo vedere il valore aggiunto di ciò che andremo a fare domani”. ✕

Oggi fare cultura significa fare servizio pubblico, stabilire reti di collaborazione, di intesa, significa fare rete per mostrare un volto nuovo del territorio.

# >> FESTIVAL “LE X GIORNATE”

**Daniele Alberti:**  
“Una giovane  
signora, ma già  
matura e piena  
di sostanza”



“Un bel viaggio, molto stimolante. Giovani molto intelligenti, colti, raffinati. Una realtà che sa mettersi in gioco, molto in ascolto e contemporanea, calata nel tessuto con una grande attenzione a ciò che le succede attorno. Una giovane signora ma già matura e piena di sostanza”. Daniele Alberti, celebre pianista e direttore artistico del festival “Le X Giornate” non ha dubbi nel dipingere la collaborazione con SAEF in molte edizioni della kermesse culturale e artistica che si svolge in città: “Ho sempre percepito una gran voglia di stare al passo e dare un contributo. I cambiamenti veri sono onde lunghe, il cambiamento è sempre un tessuto che cambia. È un punto di incontro fra la nostra fondazione e SAEF, che ha come obiettivo l’utile, ma che cerca di tenere sempre dritta la barra sulla sua identità”. Il tutto all’insegna di un lungo racconto appassionante, atto ad edificare l’uomo in ogni sua accezione:

“Una realtà come la nostra non ha il lucro come obiettivo, ma si è rivolta al mondo dell’impresa, che apparentemente ha altri scopi di esistere, perché lo storytelling fa parte di questo... raccontare fa parte di questo. Abbiamo collaborato per anni a raccontare perché c’era qualcosa da raccontare. È stato meraviglioso, un cammino molto positivo e molto culturale, in grado di rendere un valore intangibile qualcosa che accompagna lo scopo dell’utile”. E durante questi anni qualcosa, anzi moltissimo, è cambiato, facendo emergere un’altra, grande qualità, ovvero quella di intuire l’evolversi del tempo: “Il cambiamento tocca un po’ tutti i protagonisti della scena. Io vedo la contemporaneità di movimento. È una storia che continua a scriversi e riscriversi. Sempre di più oggi si studiano *case history* interessanti che vertono sulla ripresa da parte delle aziende di aspetti intangibili come la cultura.

I cambiamenti veri sono onde lunghe, il cambiamento è sempre un tessuto che cambia. È un punto di incontro fra la nostra fondazione e SAEF.



Oggi un’azienda illuminata è un’azienda che guarda al di là del mero profitto economico”. Un concetto da sempre caro a SAEF, che di quel “Cultura e Crescita” ricordato in ogni suo strumento promozionale, ha fatto una vera e propria bandiera: “Oggi molti paesi hanno la felicità interna lorda al posto del prodotto interno lordo. Il concetto di benessere da generare è cambiato. **Le aziende illuminate incontrano la cultura perché hanno capito che la cultura è l’humus del territorio.** Le aziende con la A maiuscola sono quelle alle cui basi c’è un’etica positiva e forte, una solidità di pensiero talmente sedimentata da permettere a queste realtà di entrare nel mondo della società con un ruolo indiscusso da protagonisti”. Una solidità di pensiero che ancor prima dell’azienda deve appartenere a chi l’azienda la guida, spesso l’ha creata, la cura ogni giorno come se fosse un figlio: “Gli imprenditori che riescono a comunicare questo approccio solitamente sono uomini di successo e a loro volta non possono che guidare aziende di successo. Sono persone che volgono lo sguardo in alto, in un punto apparentemente lontano da loro e quello sguardo si posa sulla bellezza, sull’arte, sull’umanità...”.





# 05

SAEF è  
evoluzione

## IL NUOVO VOLTO DI SAEF



## >> LA NUOVA SAEF. FORMAZIONE, SICUREZZA E AMBIENTE

**L'AD Enrico Prata:**  
"Una scelta per  
essere sempre  
più vicini ai nostri  
clienti"



Innovazione nel solco di una tradizione virtuosa: dal 1° gennaio 2022, il marchio SAEF rappresenterà i servizi che la società offre in ambito formativo, sicurezza sul lavoro e ambiente. E al timone della "nuova" società ci sarà un volto storico del Gruppo, già componente del CDA, Enrico Prata: "Abbiamo una responsabilità importante, ovvero proseguire nel solco di un percorso che fino ad ora ha segnato traguardi più che significativi: una forte identificazione a livello di *brand*, un indubbio riconoscimento nel nostro mercato di riferimento, una sempre più spiccata vicinanza al cliente... elementi che ci hanno consentito di crescere costantemente. Al contempo abbiamo creato diverse aspettative sia per i clienti che per il mercato e sono aspettative importanti,

quindi vedo nell'impegno la chiave per rispettare queste aspettative". Un impegno che in 25 anni non è mai mancato, anzi è stato sempre crescente: "L'ideale sarebbe riuscire ad ottenere risultati migliori rispetto a quelli che i nostri clienti si possono aspettare da noi. Questo è l'impegno che sento di voler prendere sulle spalle e portare avanti. È sicuramente un tema che prevede grande attenzione alle nuove tecnologie per migliorare l'erogazione dei servizi che offriamo, sia dal punto di vista della formazione che per la parte consulenziale. L'obiettivo è quello di riuscire a rendere più **fruibile** e più **moderno** questo tipo di servizio per il bene del cliente". Crescere per far crescere: "Abbiamo l'obbligo di aiutare le nostre aziende a sfruttare al meglio la transizione digitale,



non solo il 4.0, ma vogliamo essere i primi ad inserire anche nella parte consulenziale le dinamiche della modernità e della digitalizzazione. Dovremo essere attenti osservatori, dovremo capire come integrare i nostri servizi con le nuove tecnologie e per quanto riguarda la formazione in particolare, oltre ad avere supporti tecnologici all'avanguardia, che permettano di arrivare meglio e in maniera meno onerosa all'utente, dovremo pensare di avere dei contenuti sempre più adatti, pratici, innovativi per le nostre

aziende, perché prendano sempre più consapevolezza del mondo in cui stiamo vivendo. Dobbiamo offrire contenuti utili alla quotidianità moderna". Idee chiare, quindi, anche su un tema scottante e delicato come la sicurezza e la salute nel luogo di lavoro: "Vedo una società che si distingue anche in questo ambito. Credo che il digitale sia da sfruttare sempre di più in ambito di prevenzione dei rischi e di protezione. Inoltre, dobbiamo ricordarci che il fattore umano è sempre presente e la superficialità è l'elemento più pericoloso che bisogna riuscire a limitare. Questo accade in qualsiasi ambito, anche per strada, anche negli incidenti domestici, dalla passeggiata in montagna alla vacanza". Certo è che quando accade sul lavoro la notizia è ancora più scioccante: "Il lavoro è uno dei momenti più lunghi che viviamo nella nostra quotidianità, la distrazione o l'imprudenza è dietro l'angolo quindi bisogna lavorare a livello educativo e culturale su aspetti che non

possono essere colmati in altro modo. Si percepisce, quindi, ma anche e soprattutto cultura di non mettersi in pericolo e non mettere in pericolo gli altri. Una *nuova cultura* che farà crescere generazioni di lavoratori più responsabili. Vorrei che SAEF fosse un motore di questa nuova **visione**, partendo dalla consapevolezza. **Solo in questo modo ci distingueremo sia nell'approccio culturale che nell'approccio strumentale**". Enrico Prata è arrivato in SAEF giovanissimo, nel 2009, ma con collaborazioni antecedenti che risalgono al 2007, quindi un uomo che ha visto crescere il gruppo e ha accompagnato con il suo impegno questa crescita: "La maturazione societaria era nell'aria da tempo per via della volontà di essere sempre più performanti e far ottenere al cliente quello di cui ha bisogno. È chiaro che la scelta di gemmare due società da una dipende anche dal cambio dei volumi e dalle condizioni generali della società. Quello che pensavamo di tenere sotto

lo stesso cappello, ovvero tutti i servizi, oggi potrebbe essere un limite, quindi vogliamo superarlo questo limite e offrire al cliente il servizio migliore possibile". In che modo? Gettando, come sempre, il cuore oltre l'ostacolo: "Non ho alcun timore ma tanti stimoli: siamo una squadra di persone con enormi competenze, con grande volontà, con obiettivi chiari e comuni. Sappiamo che dobbiamo continuare a progredire e studiare ma sappiamo anche che mettiamo a disposizione la nostra conoscenza, che è già molto elevata e che lo sarà sempre di più. Dovremo confrontarci con la tematica organizzativa e comunicativa, ma non temiamo questo passaggio perché siamo convinti che faremo percepire ai clienti che questo cambiamento lo stiamo facendo per loro e che ne avranno un grandissimo beneficio: **risposte chiare al bisogno, miglioramento ulteriore del servizio, focalizzazione sull'esigenza specifica**. Il nostro esempio è chi riesce a dare risposte

quasi immediate e di qualità ai propri clienti e per questo ci sentiamo attori di un percorso di trasformazione del nuovo mondo". Un nuovo mondo ma indossando una "maglia" storica: "Sono sempre stato orgoglioso di indossare la maglia di SAEF. Me ne accorgo in molte occasioni quando parlo con i nostri clienti. Mi è capitato di incontrarne alcuni che neppure sapevano che io facessi parte del Gruppo, eppure mi hanno parlato con entusiasmo della loro esperienza con noi: per me è il momento di gratificazione più grande". ✕

Sì percezione, quindi, ma anche e soprattutto cultura di non mettersi in pericolo e non mettere in pericolo gli altri. Una *nuova cultura* che farà crescere generazioni di lavoratori più responsabili.

# » LA NUOVA SA FINANCE. FINANZA AGEVOLATA

**L'AD Sara Mussinelli:  
"Persone al centro,  
semplicità, impegno  
e sviluppo: queste  
le nostre chiavi"**



È entrata in SAEF da ragazza ed ha scalato, una alla volta, tutti i gradini, fino a divenire responsabile commerciale e ritagliarsi un posto di primo piano nel consiglio di amministrazione. Sara Mussinelli, nonostante sia una giovane manager, è già la storia di SAEF, tanto da meritarsi il ruolo di amministratore delegato del nuovo polo finanziario, ovvero SA Finance: "Quando mi è stato proposto mi tremavano addirittura i polsi e la mia prima reazione è stata un "no" secco. Poi ci ho pensato, ne ho parlato anche con la mia famiglia e tutti mi hanno spinto. Il mio sogno da quando sono entrata in SAEF è che questa azienda possa un po' somigliarmi, dal punto di vista del sognare, dell'entusiasmo, del contagiare gli altri e forse questo è il

momento adatto". Idee molto chiare, come si confà a chi sta prendendo in mano una forte responsabilità: "L'unico modo che conosco per lavorare bene è lavorare, lavorare, lavorare e darci dentro. Vorrei davvero **far crescere le persone** che collaborano e collaboreranno con me: ci sono riuscita io che ero neofita quando sono entrata in azienda, vorrei che riuscissero anche le bellissime persone che oggi abbiamo con noi e che hanno qualche marcia in più di quelle che avevo io all'inizio. Vorrei fare emergere da loro il meglio di quel che possono esprimere". E se il perno fondamentale è quello della risorsa umana ("sarà la mia prima priorità"), c'è un altro perno sul quale il nuovo AD punta: "C'è una frase nella quale riconduco le caratteristiche principali che dovremo tenere

"C'è una frase nella quale riconduco le caratteristiche principali che dovremo tenere sempre presenti nelle scelte di questa nuova realtà: "dai sogni imprenditoriali al benessere della comunità, lavoriamo insieme ad aziende e istituzioni incoraggiando nuovi progetti e promuovendo la cultura del territorio".

sempre presenti nelle scelte di questa nuova realtà ("Dai sogni imprenditoriali al benessere della comunità, lavoriamo insieme ad aziende e istituzioni incoraggiando nuovi progetti e promuovendo la cultura del territorio"). L'idea è quindi quella di **realizzare i sogni degli imprenditori** ma anche tenere una **stretta connessione con il territorio** anche a livello culturale perché accrescere la cultura delle persone significa farla poi esprimere in tutti gli ambiti, compreso quello imprenditoriale". Il nuovo polo societario si occuperà di finanza agevolata e mediazione creditizia: "Sulla finanza agevolata vedo una grandissima opportunità (il *recovery fund*) e noi siamo pronti per aiutare le aziende a farsi cogliere preparate. Oggi sono già presenti strumenti

incredibilmente potenti per far sviluppare le aziende. Guardiamo ad esempio la *transizione 4.0*, c'è da anni, ma in questo momento si è veramente colto il grande valore nella testa di manager e imprenditori. Sono strumenti molto incisivi anche per la crescita delle persone in un'azienda, così da farle diventare un valore aggiunto per l'impresa, un contributo più celebrabile e meno fisico, ma per questo ancora più importante per un contesto imprenditoriale. Le agevolazioni a disposizione sono realmente molte". Tanti punti fermi, quindi, ma anche qualcosa di migliorabile: "Vorrei lavorare con maggiore incisività sull'innovazione tecnologica all'interno della nostra azienda, che ha mosso passi importanti, ma che può veramente esplodere. Si pensi ad esempio all'enorme mole di informazioni



Vorrei rendere le cose sempre più semplici: l'esperienza dei clienti, ma anche l'esperienza delle persone all'interno dell'azienda.

che riceviamo dai nostri clienti. Riusciamo a conoscerli talmente approfonditamente che diventiamo un **partner strategico** quasi unico per quell'azienda. Dovremo trovare il modo per gestire al meglio queste informazioni così da poter vedere il bisogno addirittura in anticipo rispetto ai nostri clienti. Dobbiamo riuscire ad anticipare le richieste del cliente". Con una storia *saeffina* così importante temporalmente,

non è possibile non riconoscere una candelina speciale sulla storia dei 25 anni: "Per me è stata l'esperienza di «Passione Impresa» ma vista in senso molto ampio di un evento: fare qualcosa che era fuori dalle nostre corde e farlo così bene... Ci ha insegnato che se crediamo a fondo in un progetto, anche se non è realmente il nostro *core business*, riusciamo a farlo e lo facciamo bene. «Passione Impresa» è stato per noi un trampolino che abbiamo riscontrato poi in moltissimi ambiti della nostra attività. In fondo se hai un sogno e vuoi realizzarlo, non c'è nulla che te lo possa impedire. Ci ha insegnato ad andare oltre e credo che sia ancora oggi fonte di ispirazione per la revisione societaria che stiamo attuando". Appunto... tutto ha una conseguenza: "Oggi non ci sarebbe ragione apparente per fare questa scelta guardando tanti nostri competitor che si stanno organizzando come noi 25 anni fa, eppure la stiamo facendo con coraggio e con la

solita voglia di sognare. Questo, per me, significa affrontare il futuro". Con un ultimo tema... "Vorrei rendere le cose sempre più semplici: l'esperienza dei clienti, ma anche l'esperienza delle persone all'interno dell'azienda. È nella semplicità che troviamo, spesso, anche le soluzioni più ardue. Servono immediatezza e velocità. Questo è un modello che può differenziarci dal resto del mercato"... non facile, quindi, ma semplice! ✕

## » LA NUOVA SA FINANCE. MEDIAZIONE CREDITIZIA

**Beatrice Sperzagni:**  
"Oggi la finanza moderna è eclettica, c'è bisogno di rapporti fiduciosi"



È stata amministratore e fondatore di Sa Finance, e continuerà ad essere AD del ramo mediazione creditizia, in SA Finance il marchio del gruppo SAEF che fino a dicembre 2021 si è occupato esclusivamente di mediazione creditizia e che nella revisione societaria del Gruppo entra a far parte integrante di una nuova SA Finance, ovvero un polo operativo verticale sul tema della finanza per le imprese, con una costola di finanza agevolata e una costola di mediazione, affinché le risposte ai clienti siano sempre più puntuali e precise. All'interno di questo Gruppo Beatrice Sperzagni è cresciuta come persona e come professionista, muovendo i primi passi fresca di laurea e poi sviluppando sempre più la passione per i temi finanziari: "L'obiettivo di questa scelta - confida - è fornire risposte e strumenti per **permettere alle imprese clienti sia di sostenere investimenti agevolati che di avere a disposizione la giusta liquidità per fare impresa**. La chiave è quella di personalizzare

in forma sempre crescente le esigenze dell'azienda, partendo da un'analisi di settore e del fabbisogno specifico oltre che dai numeri che quell'impresa esprime. Inoltre, è fondamentale poter valutare in profondità i progetti di sviluppo strategico dell'impresa, così da poter essere efficaci a 360 gradi sul tema finanziario". Il tutto con la consapevolezza di poter portare alle imprese un valore aggiunto non indifferente: "Alla base della nostra azione, ma lo sarà ancora maggiormente in futuro, ci sono 30 anni di esperienze, relazioni e collaborazioni che sono in grado di trovare soluzioni e risposte efficaci rispetto ai bisogni che l'azienda dimostra di avere". Esperienza ma anche pragmaticità: "Con la nuova formula societaria e la nuova organizzazione operativa diventeremo molto più sinergici: potremo analizzare l'azienda complessivamente, mettendo in campo tutte le competenze necessarie in un unico momento. Migliorerà la fase di analisi globale, anche grazie al ricorso

La nostra sarà la proposta di una realtà completa, organizzata, matura per poter aiutare le aziende a crescere e sfruttare e cogliere tutte le opportunità che il mercato offre, non standardizzato ma personalizzato.

a nuove modalità tecnologiche e questa maggiore sinergia fra noi confluirà nel poter **offrire una doppia, se non molteplice, opportunità all'impresa che chiede il nostro aiuto**". Una scelta di maturità, quindi, che dimostra lo spirito di progressione continua in capo al gruppo SAEF e che Beatrice Sperzagni conosce bene da quasi 20 anni: **"Quando si decide di cambiare, lo si fa sempre per migliorare**. Senza dubbio quello che stiamo affrontando non è un cambiamento semplice ma segue la strada maestra che da sempre percorriamo, ovvero **va in direzione della centralità del cliente**". In ambito finanziario, oggi l'azienda ha bisogno di una figura di riferimento che possa dare tutte le risposte. Creare un polo finanziario significa poter essere sempre più efficaci in questo senso. Ci sentiamo sufficientemente maturi per poterlo fare anche in funzione del fatto che in questi anni abbiamo investito sulla creazione di competenze e relazioni al nostro interno che sono divenute elemento distintivo nel nostro

agire. Ora quelle competenze potranno essere ulteriormente e maggiormente valorizzate". Una di queste competenze è proprio la figura del consulente finanziario, una figura di straordinaria importanza per il mondo imprenditoriale: "Nessuno più può esimersi dalla presenza di un consulente finanziario che aiuti nella pianificazione perché la finanza è il vero sostentamento dell'azienda. **Superare le differenze fra finanza agevolata, ordinaria, mediazione... è la chiave per poter essere vicini ai clienti in forma completa e efficace**". Il tutto con alle porte quella che viene definita con voce unanime "l'opportunità": "Il *Recovery fund* amplificherà le opportunità, quindi avere a disposizione un referente competente e professionale, con un'adeguata esperienza, che possa contare su un osservatorio puntuale e un'organizzazione efficace è ancora più importante. Sappiamo che ci saranno moltissime risorse a disposizione e il nostro obiettivo, oggi come in futuro sarà quello di poter abbinare quelle risorse ai progetti

e alle necessità delle imprese". In un'attenta logica di filiera operativa: "Il primo passaggio è quello di un osservatorio che monitora costantemente l'evoluzione del settore, attività alla quale seguono le analisi delle esigenze e solo in ultima istanza subentrano progetti concreti calati sull'azienda come fossero un abito sartoriale. La nostra sarà la proposta di una realtà completa, organizzata, matura per poter aiutare le aziende a crescere, sfruttare e cogliere tutte le opportunità che il mercato offre, non standardizzando, ma personalizzando". In un momento in cui la ripresa è ben presente, ma accompagnata da alcune contraddizioni: "Veniamo da momento drammatico, ma è innegabile che siamo di fronte a una ripresa. È chiaro che ci sono problematiche relative al mercato (sui temi delle materie prime o delle scorte di magazzino) ma è altrettanto evidente che le cose stanno progressivamente migliorando. Fondamentale è il traino del lavoro, quindi degli ordinativi. Ma a maggior ragione in una fase di mercato così "strana" il nostro ruolo diventa ancora più strategico, anche in termini educativi: l'azienda non può più vivere soltanto la quotidianità ma deve cercare di fare pianificazione per non trovarsi sprovveduta in casi emergenziali e l'unico modo per farlo è ricorrere a professionisti del settore. Anche il sistema del credito è cambiato: ci vogliono professionalità che diano informazioni precise e permettano di utilizzare gli strumenti più adeguati. Oggi la finanza moderna è eclettica ed è un rapporto fiduciario".

✕



SAEF EVOLUTION

---

**snews**

è un'iniziativa a cura di

---



---

**saef.it**    t 030.3776990 x e info@saef.it  
Brescia x Palazzolo s/O x Costa Volpino x Gardone V.T.

---