

PERIODICO SULLE TENDENZE  
DELL'ECONOMIA VENETA

ANNO III - N° 1 - MARZO 2025



# VENETO ECONOMY

DA SEMPRE  
INNOVATORI

FORMAZIONE  
HI-TECH  
PER IL FUTURO

HIREF  
RIPENSA L'ENERGIA



# R/INNOVARE

TRASFORMARE IL PRESENTE, COSTRUIRE IL FUTURO

ITALIA  
ECONOMY

# SOMMARIO



## EDITORIALE

### Trump Economy

di Giuliano Bianucci

3



## I PROTAGONISTI

### Riportare i giovani al centro

intervista a Maria Anghileri di Martina Rossi

4

### Il ruolo di IAB

intervista a Elena Paola Lanati di Simona Savoldi

7

### Nasce un nuovo leader nel Temporary Management

di Gianmarco Molinari

10

### Finanza innovativa per le Pmi

intervista ad Alessandro Merlini di Martina Rossi

13

### L'IA rivoluziona la logistica

intervista a Stefano Zaccaria di Martina Rossi

16

### L'IA ci renderà più umani

intervista a Jordi Romero di Martina Rossi

20

### L'unicorno italiano dei pagamenti a rate

intervista a Simone Mancini di Irene Canziani

22



## STORIE DI COPERTINA

### Il Veneto guarda al futuro

di Silvia Giardino

26

### Da sempre innovatori

intervista a Luca Zaia di Martina Rossi

30

### Il networking come fattore di crescita

intervista a Marco Rossi di Giulia Baglini

34

### CAREL rivoluziona il settore HVAC/R

intervista a Michele Martello di Martina Rossi

36

### Design sostenibile con Trevikart GreenDesign

intervista a Valentina Zago di Martina Rossi

39



## IN PRIMO PIANO

### Tesi System investe nel futuro

di Martina Rossi

42

### HiRef ripensa l'energia

intervista ad Alberto Salmistraro di Antonella Tereo

44

### Il futuro secondo Tecnosystemi

intervista ad Anna Munari e Christian De Mar di Irene Canziani

46

### Aton ridefinisce

### l'innovazione sostenibile

intervista a Giorgio De Nardi di Beatrice Elerdini

50

### Start up e PMI innovative del mese

54



## OPPORTUNITÀ DI BUSINESS

### Bandi e finanza agevolata

55

### Il futuro del vetro

intervista ad Antonio e Fausto Nardo di Giancarlo Pergallini

### Per un futuro senza microplastiche

intervista a Marta Bonaconsa di Simona Savoldi

60

### Energia smart, futuro sostenibile

intervista a Giulia Mezzasalma di Nicola Brillo

62

### La rivoluzione verde di GEFARM

intervista ad Alessandro Marcuzzi di Simona Savoldi

64



## FORMAZIONE E IMPRESA

### La chimica che imita la natura

intervista a Luca Đorđević di Irene Canziani

66

### Formazione hi-tech per il futuro

intervista a Stefano Ziroldo di Nicola Brillo

70

### La scienza che ispira il futuro

intervista a Ersilia Vaudo di Simona Savoldi

72

### Il modello di Moleskine Foundation

intervista a Adama Sanneh di Simona Savoldi

74



Innovazione, sostenibilità e identità

**IL FUTURO SECONDO****TECNOSYSTEMI**

di Irene Canziani

✉ irene.canziani@lombardiaeconomy.it

**INTERVISTA A**Anna Munari  
amministratore delegatoChristian De Mar  
direttore delle Operations

*Tecnosystemi, leader nel settore HVAC, unisce innovazione, sostenibilità e design, con una crescita del 34 per cento in due anni e una forte presenza internazionale. L'azienda investe in materiali riciclati, automazione e nuove tecnologie, mantenendo un'identità familiare e indipendente*

**Tecnosystemi** è una delle aziende leader del nostro paese nel settore HVAC (*Heating, Ventilation and Air Conditioning*), con oltre 30 anni di storia e una produzione distribuita su **quattro stabilimenti per un totale di 37mila mq**, oltre a un export che raggiunge **oltre 50 Paesi nel mon-**

**do**. Nel 2023, l'azienda ha registrato un **fatturato di 54 milioni di euro**, segnando una crescita del **+34 per cento rispetto agli ultimi due anni**, e conta su un team di **170 dipendenti**. Ciò che rende Tecnosystemi unica è la sua capacità di coniugare **innovazione tecnologica, respon-**

**sabilità sociale** e una rara attenzione al **design**. Questo approccio, unito al suo status di **azienda familiare indipendente**, le ha permesso di resistere alle mire dei fondi internazionali di private equity, rimanendo saldamente radicata nel tessuto industriale italiano. Sotto la guida di **Anna Munari**, amministratore delegato, e **Giorgio Rigoni**, presidente, l'azienda ha intrapreso un percorso che integra **economia circolare, internazionalizzazione e tecnologie all'avanguardia**, puntando a posizionarsi come un'eccezione non solo per la qualità dei prodotti, ma anche per i valori che ispirano le sue strategie. In questa intervista esclusiva, **Anna Munari** e **Christian De Mar**, direttore delle Operations, ci raccontano le strategie che hanno fatto di Tecnosystemi un modello di riferimento, e le sfide che l'azienda si prepara ad affrontare in un settore in continua evoluzione.



Anna Munari



**Tecosystemi è da sempre all'avanguardia nell'innovazione tecnologica. Quali sono le principali sfide affrontate nell'implementazione di nuove soluzioni nel settore HVAC e come riuscite a mantenere il passo con le crescenti esigenze del mercato?**

«Sono molteplici le tematiche importanti all'interno del settore HVAC. Uno dei temi centrali è quello dei consumi energetici che, come azienda, assicuriamo: puntiamo a creare prodotti che, fin dalla progettazione, prevedano l'uso di **materiali riciclati o rigenerati**, con percentuali che arrivano anche al 100 per cento. Altro grande tema per noi è lo sviluppo di linee di prodotto che nascono da concezioni completamente nuove, come le basi per le unità esterne delle pompe di calore realizzate in **gom-**

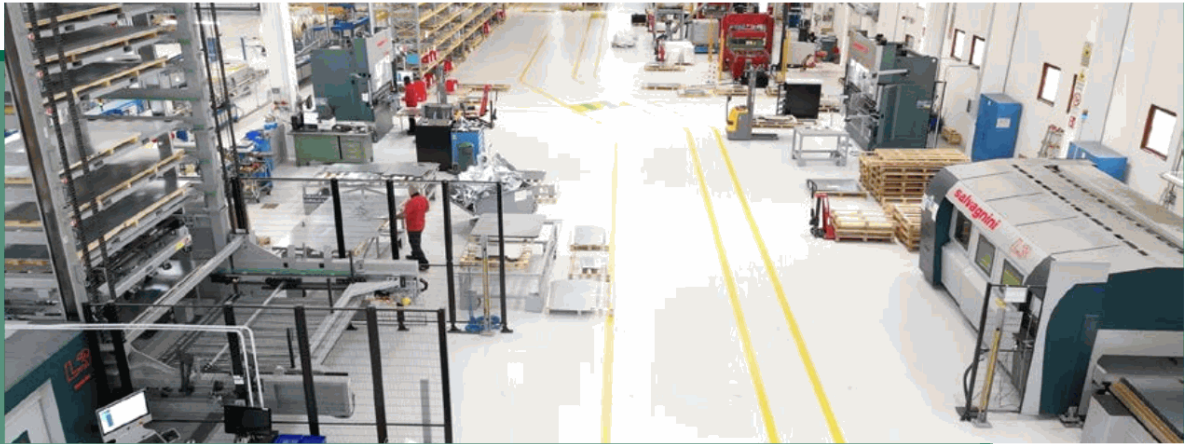
**ma riciclata da pneumatici usati**, lavorati con collanti specifici per garantire qualità ed efficienza. L'uso di **bioplastiche** e la registrazione di **brevetti innovativi** – ben sei solo quest'anno – sono ulteriori tasselli di un percorso di continua innovazione. Ci troviamo in un momento storico di grande cambiamento che permette di entrare sul mercato con soluzioni innovative, sia sul mercato italiano che su quello estero».

**Potete farci qualche esempio di prodotto particolarmente innovativo nella storia della vostra azienda?**

«La storia di Tecnosystemi è costellata di innovazioni che hanno rivoluzionato il settore HVAC. Siamo stati i primi a pensare a una **cassetta per climatizzatori con imbuto inclinato**, un'idea pionieristica che ha risolto il problema

del deflusso dell'acqua di condensa senza la necessità di inclinare l'installazione, come accadeva in passato. Un altro prodotto iconico è il **sifone regio**, il primo ispezionabile nel suo genere. Questo componente, innovativo e pratico, può essere smontato dal muro senza interferire con la parte impiantistica e funziona anche senza la presenza di acqua. Tra le soluzioni più apprezzate dal mercato c'è anche la **barra telescopica**, progettata 30 anni fa. Questo supporto permette di installare unità esterne di climatizzatori in modo che la barra scompaia completamente, offrendo un notevole valore aggiunto estetico oltre alla funzionalità. Questi prodotti non solo hanno portato innovazione tecnica, ma hanno anche riflettuto l'attenzione al design e alla praticità, valori che continuano a distinguere Tecnosystemi nel panorama internazionale».





**Tema sostenibilità. Quali sono i risultati più significativi che l'azienda ha ottenuto in termini di riduzione dell'impatto ambientale e di impegno verso la responsabilità sociale?**

«La sostenibilità è uno dei nostri pilastri. Abbiamo pubblicato il nostro primo **bilancio di sostenibilità**, che evidenzia risultati importanti: oltre **13 milioni di pezzi** prodotti nel 2023, con una **riduzione del 22 per cento**

delle emissioni per singolo componente prodotto rispetto al 2022 e il **49 per cento** di energia elettrica da **fonti rinnovabili**. E ancora: circa **400 tonnellate di rifiuti** non pericolosi avviati a **riciclo e recupero**, **4.806 pannelli fotovoltaici** installati, e una crescita del **16 per cento** rispetto al 2022 nel valore del parametro **B-Impact Assessment (BIA)** – lo standard di riferimento per la misurazione dell'impatto economico, sociale ed ambientale delle aziende – che oggi si attesta

al **65,7 per cento**. Sul piano sociale, agiamo su due fronti: **interno ed esterno**. Internamente, abbiamo investito sulla salute della popolazione aziendale con assicurazioni nominative, visite mediche complete e campagne di prevenzione: teniamo al tema della salute e del benessere a 360 gradi. Esternamente, partecipiamo a molte attività di volontariato e sosteniamo iniziative sportive, progetti per persone con disabilità e programmi di stage per giovani provenienti da contesti difficili, come l'associazione "La Porta" a Vittorio Veneto».



**Tecosystemi ha un'originale vocazione al design, un aspetto poco comune nel settore HVAC. Come nasce l'idea di unire estetica e funzionalità nei vostri prodotti, e quanto questo ha influenzato l'evoluzione del brand?**

«La nostra azienda è nata sviluppando prodotti prevalentemente tecnici, molti dei quali destinati a essere nascosti "dentro il muro". Oggi ci stiamo

avvicinando anche a settori dove i prodotti sono visibili e, di conseguenza, l'aspetto estetico acquisisce un'importanza maggiore. Ma in ogni caso, sin dall'inizio della nostra storia, abbiamo sempre cercato di trasmettere al mercato un'idea di **grande qualità costruttiva** e **attenzione ai dettagli**. Ad esempio, per una cassetta del climatizzatore destinata a essere installata nel muro, prestiamo comunque attenzione a elementi come la **lucidatura degli stampi**, per ottenere un pezzo privo di sbavature, e ci concentriamo su **proporzioni e misure armoniose**. Questa cura si estende anche ai materiali e ai colori utilizzati per valorizzare aspetti tecnici e offrire un'esperienza di alta qualità, sia per i tecnici che per gli utenti finali. Un altro esempio è il nostro **packaging**, realizzato in **cartone**, con **inchiostri vegetali**: evitiamo le buste termoretraibili in plastica comunemente utilizzate dai concorrenti».

### Come si collocano il rebranding e il nuovo catalogo nella strategia aziendale?

«Il rebranding è stato un passo cruciale per uniformare la nostra immagine e comunicare verso l'esterno non solo i numeri, ma anche i **valori che ci guidano**. Abbiamo scelto di mantenere la nostra identità come **family business**, rifiutando l'assorbimento da parte di fondi. La nostra strategia è costruita su **governance seria** e su un'apertura ai mercati attenta, che mette al primo posto non il profitto ma la qualità».

### Guardando al futuro, quali sono le prossime grandi sfide per Tecnosystemi, in particolare in un contesto di rapidi cambiamenti nel settore tecnologico?

«Uno dei nostri punti di forza è la spinta a internalizzare tutto il ciclo produttivo, garantendo il controllo completo su ogni fase e la possibilità di certificare internamente i nostri prodotti, rigorosamente **Made in Italy**. Guardando al futuro, una grande sfida sarà quella di **introdurre nuove tecnologie** in settori che non tocchiamo direttamente, ma che sono strettamente connessi al nostro mercato. Un esempio è lo sviluppo nel campo della **logistica**, con progetti come l'introduzione di **AGV (Automated Guided Vehicles)** e **magazzini completamente automatizzati**. Affrontiamo ogni sfida con l'entusiasmo di una **start up**, grazie a un reparto di **Ricerca e Sviluppo (R&D)** proiettato verso soluzioni in-

novative per le abitazioni e aperto ad accogliere tecnologie che oggi sembrano futuristiche, ma che potrebbero presto diventare realtà. Vogliamo continuare a porci sul mercato con la nostra identità, che rimane quella di un'azienda familiare e indipendente, non legata a fondi di investimento. Stiamo valutando acquisizioni mirate e strategiche, per rafforzare la nostra posizione in aree di mercato dove vogliamo crescere. Sul fronte internazionale, abbiamo due grandi progetti di espansione: stiamo consolidando la nostra presenza in **America**, con distributori e accordi di fornitura avviati nel 2024, e guardiamo con interesse ai **Mercati Arabi**, dove intravediamo grandi opportunità di sviluppo».

Per approfondimenti:



Tecosystemi

