


**L'ANNIVERSARIO**

Macchine per l'agricoltura

## La Seppi di Caldaro festeggia i 75 anni Molti gli ospiti alla due giorni di eventi

75 anni ha compiuto la ditta Seppi M. spa di Caldaro, che ha voluto festeggiare questo ambizioso compleanno con una manifestazione che rimarrà nella storia dell'azienda. Circa 150 clienti da oltre 30 paesi di tutto il mondo si sono ritrovati a fine ottobre a Caldaro per una "due-giorni" all'insegna di Seppi. Alla cena di gala gli ospiti, provenienti da realtà economiche e politiche, nonché con abitudini e stili di vita molto diversi tra loro, hanno innanzitutto avuto la possibilità di conoscersi e scambiarsi idee e reciproche esperienze. Alla presentazione delle ultime novità tecniche della produzione di Seppi è stato dedicato il "demo day" della seconda giornata. In cinque


**IL DEMO DAY DI SEPPI**  
 trinciatrici all'opera

location diverse tra Caldaro e Appiano i clienti hanno avuto modo di vedere all'opera 30 diversi modelli di trinciatrici agricole, forestali e industriali, tra cui trinciatrici per motori a basse, medie e alte potenze, trinciatrici ad assetto variabile e forestali, frese per ceppi e radici, frantumassasi, ecc. L'incontro è stato caratterizzato da una buona atmosfera che rende l'azienda ottimista nel guardare al futuro. In questi giorni l'azienda associata ad Assoiemprenditori Alto Adige è impegnata con la fiera EIMA - Esposizione internazionale di macchine per l'agricoltura e il giardinaggio di Bologna e dal 20 novembre 2014 sarà presente anche all'Interpoma di Bolzano.

**LA CERIMONIA**

Gruppo operatori edili ed economici

## "Premio dedizione al lavoro" a 10 giovani Calligione: impegno la parola d'ordine

Tra i dieci giovani, ai quali il Gruppo Operatori edili ed economici del Burgraviato ha conferito quest'anno il "Premio Dedizione al lavoro", ben sei provengono da aziende associate ad Assoiemprenditori Alto Adige: Michael Frena (Plattner spa, Laives), Sandra Gruber (Athesia Druck srl, Bolzano), Patrick Köhl (Damiani - Holz & Ko spa, Bressanone), Hanna Müller (Markas srl, Bolzano), Sylvia Unterthurner e Simon Zöggeler (Dr. Schär srl, Postal). Il riconoscimento, giunto quest'anno alla 26ª edizione, è riservato ai giovanissimi, di età compresa fra i 17 e i 24 anni, che si sono distinti per il loro


**GIOVANI E IMPEGNATI**  
 i dieci premiati insieme alle autorità ed ai rappresentanti degli Operatori edili ed economici del Burgraviato

impegno sul lavoro. I giovani sono stati scelti da un'apposita giuria, che ha selezionato le varie candidature presentate dalle aziende stesse. Gli altri giovani premiati sono: Stephanie Geiser (Sa-

lus Center, Tesimo), Luigi Calabrese (Albergo Eremita, Merano), Andreas Hofer (Ispettorato forestale, Merano) e Maximilian Winkler (Panificio Winkler, Lana). Alla premiazione, svoltasi il 24 ottobre scorso a Postal, ha fatto gli onori di casa il presidente del gruppo, Attilio Calligione, che ha incoraggiato i giovani a proseguire sulla strada intrapresa con impegno e dedizione. Numerosi gli ospiti e le autorità presenti che si sono congratulati con i giovani, tra cui: il sindaco di Merano, Günther Januth, l'ex presidente della Provincia, Luis Durnwalder, e il direttore di Assoiemprenditori Alto Adige, Josef Negri.

ANALISI DEI PROBLEMI E RICERCA DELLE SOLUZIONI PER LE ESIGENZE DI CLIENTI E COLLABORATORI ESTERNI

# La competenza al servizio dell'azienda

*Flessibilità, curiosità e voglia di fare sono la chiave del successo*

Per la serie "Tecnica: un lavoro da sogno!" oggi pubblichiamo il ritratto di Daniel Gufler, Maico srl di San Leonardo in Passiria.

Quando frequentava le scuole medie il suo hobby preferito erano le costruzioni in lego. Già allora Daniel Gufler ha capito che il suo futuro professionale sarebbe stato in un settore tecnico e a 24 anni può dire che il suo sogno si è realizzato. Daniel è, infatti, specialista tecnico per alzanti scorrevoli alla Maico srl di San Leonardo in Passiria, l'azienda del gruppo internazionale Maco che commercializza meccanismi per serramenti in tutta Italia così come in altri paesi, quali Spagna, Portogallo, Grecia, Sudamerica e Svizzera.

**Collegamento tra cliente e azienda**

Come azienda commerciale, per la Maico è di fondamentale importanza curare il contatto diretto con i clienti per essere in grado di offrire soluzioni personalizzate. E Daniel Gufler è proprio uno dei collaboratori che raccoglie i desideri dei clienti, li analizza e cerca di soddisfarli. "Io rappresento l'anello di congiunzione tra il cliente e l'azienda. Tra i miei compiti c'è ad esempio il montaggio dei campioni diretta-

mente presso i nostri clienti, ma offro loro anche un servizio telefonico. Sono anche a disposizione dei nostri collaboratori esterni che mi chiamano per richiedere determinati disegni tecnici studiati in modo specifico per un cliente: ogni singolo componente può, infatti, essere adattato alle diverse porte o finestre", spiega Daniel Gufler, che segue in particolare il mercato italiano. Tra i suoi incarichi rientra però anche la formazione tecnica dei colleghi.

**La parola d'ordine: flessibilità**

La tecnica ha sempre interessato Daniel Gufler che dopo le scuole medie si è iscritto all'allora Istituto tecnico industriale di Merano, con indirizzo elettronico e tecnica delle telecomunicazioni. Dopo la maturità ha lavorato presso una cava di ghiacciaia, ma la buona fama di cui gode la ditta Maico in Val Passiria l'ha convinto a presentare il curriculum e accettare la nuova sfida che gli era stata offerta. "Ho iniziato come telefonista per la hotline dell'azienda, ma ho colto ogni opportunità di formazione che mi veniva proposta, tra cui autocad, gestione di progetti, ecc. Così ho avuto modo di crescere e imparare sempre qualcosa di nuovo. Sin da pic-

colo sognavo anche di lavorare in un'azienda che operasse a livello internazionale e la Maico mi dà questa possibilità, oltre all'opportunità di migliorare le mie conoscenze linguistiche in italiano", afferma il giovane di madrelingua tedesca, che per poter dare le informazioni al telefono in modo preciso e veloce, deve conoscere bene tutti i vari prodotti e meccanismi per serramenti. "Nel mio lavoro è richiesta una grande flessibilità e l'attitudine a ricercare autonomamente la soluzione ai problemi. Questa è una sfida, ma al tempo stesso un aspetto del mio lavoro che mi affascina particolarmente perché lo rende vario e tutt'altro che monotono. Ogni giorno è, infatti, diverso dall'altro", sorride Daniel, che anche nel tempo libero non si ferma mai: "La Maico ha molta fiducia nei suoi collaboratori, che si traduce nella possibilità di avere un orario di lavoro flessibile e in altre iniziative che favoriscono la conciliazione tra famiglia e lavoro. Per l'azienda è importante dare il giusto peso al lavoro, ma anche al tempo libero. Per ricaricare le batterie io vado in bicicletta o in palestra e ultimamente mi sto dedicando al kitesurf, per provare sempre qualcosa di nuovo".


**DANIEL GUFLER** Maico Srl di San Leonardo in Passiria

DALLA LOACKER UN "FIORE" DI ALTA PASTICCERIA

## La rosa delle Dolomiti

*Un successo costruito su qualità del prodotto e marketing*

Sulle montagne altoatesine all'inizio dell'estate si può facilmente vedere la rosa alpina, una rosa selvatica tipica delle Dolomiti, che ha dato l'ispirazione per la nascita di un'altra rosa: "Rose of the Dolomites", la pralina ultima nata in Casa Loacker, l'azienda del Renon specializzata in wafer e specialità al cioccolato. Come un nuovo prodotto nasce e viene introdotto sul mercato sull'esempio di "Rose of the Dolomites" è stato illustrato a una manifestazione della Sezione alimentare di Assoiemprenditori Alto Adige, che l'azienda associata Loacker spa ha ospitato nelle scorse settimane.

**La nascita di un prodotto**

Il primo passo è avere l'idea e ancora una volta sono state le montagne in cui è inserita l'azienda a ispirare Armin Loacker nello sviluppo del nuovo prodotto. Proprio come se una rosa naturale fosse stata ricoperta di cioccolata, nel "fiore di cioccolato" di Loacker i sei petali leggermente

piegati verso l'alto circondano i numerosi stami del pistillo, che risultano visibili sulla pralina sotto forma di un punto di cioccolato. "Tra il 2003 e il 2004 avevamo il prodotto e un anno dopo il nome e così "Rose of the Dolomites" era pronta per il lancio sul mercato. Purtroppo, l'inizio non ha dato i risultati che speravamo e così nel 2008 in un workshop con rappresentanti della proprietà e dei vertici aziendali, del reparto marketing e delle vendite abbiamo definito un'altra strategia per lanciare la nuova linea di prodotto. Avevamo la visione di dove voler andare, dovevamo trovare la strada per raggiungerla", racconta Wolfgang Sparer, direttore mercato cioccolato. "In seguito abbiamo condotto analisi di mercato, elaborato il

posizionamento, sviluppato il design e i formati di packaging, definito le politiche di prezzo, gli studi di fattibilità produttivi, ecc."

**Il lancio sul mercato**

Nel 2012 l'azienda ha scelto di fare un mercato test in Alto Adige, territorio circoscritto e ben osservabile, dove ha potuto mettere in atto un lancio a 360 gradi con tutti gli strumenti di marketing: una distribuzione capillare presso le maggiori catene di supermercati, diverse attività di degustazione nei punti vendita con hostess e gadgets, esposizioni dei prodotti fuori scaffale, una innovativa e unica attività di sampling di prodotto spedita a casa a più di 150.000 famiglie altoatesine. A questo si è aggiunto un concetto

di comunicazione che prevedeva l'utilizzo di un mix di vari canali, tra cui manifesti alle fermate dei bus, spot radiofonici, ecc. Oltre a questo sono state avviate diverse attività in canali alternativi (ristorazione, pasticcerie, ecc.), dove il prodotto è stato presentato in espositori da banco per la vendita dei pezzi singoli perché - come dice sempre la famiglia Loacker - "la migliore pubblicità per i nostri prodotti sono i prodotti stessi!" "In sei mesi abbiamo raggiunto il primo milione di euro di "Rose of the Dolomites" e aumentato il fatturato del 120 per cento!", dichiara orgogliosa Martina Postal, responsabile della linea di prodotto. Le attività di lancio hanno permesso a "Rose of the Dolomites" di affermarsi con grande succes-

so sul mercato.

**L'azienda**

La pietra su cui si è costruito il successo dell'azienda è stata posta nel 1925 da Alfons Loacker, che ha aperto una pasticceria a Bolzano, dove ha iniziato a produrre i wafer. Da allora l'amore per la natura e la genuinità hanno continuato a caratterizzare tutti i prodotti. Determinante per lo sviluppo dell'azienda è stata la seconda generazione, Christine Zuenelli-Loacker e il fratello Armin Loacker, che hanno avviato la produzione industriale dei wafer negli anni '70 sul Renon. Accanto a loro oggi c'è la terza generazione a dirigere l'azienda che esporta oltre due terzi della propria produzione in oltre 100 Paesi nel mondo. Con i due stabilimenti di produzione - Auna di Sotto (avviato nel 1974) e Heinfels in Austria (aperto nel 1999) - la Loacker raggiunge la produzione di oltre 700 milioni di pezzi, realizzando un fatturato annuale di oltre 220 milioni di euro.



### Ritorniamo alla natura, dissero le albicocche. E con un grande

balzo saltarono nel vaso della confettura Darbo assieme alle altre albicocche. Questo è anche del tutto naturale, quando si sa, che ogni vaso contiene solo la qualità migliore.

Se anche Lei vuole seguire il richiamo della natura, alla prossima colazione

provi le eccellenti confetture di Darbo in tanti insuperabili gusti.

**darbo**  
*Naturrein*

In Darbo Naturrein kommt nur Natur rein.

