

est

európa slovensko taliansko



Camera di Commercio Italo-Slovacca
Taliansko-Slovenská Obchodná Komora

FERRUCCIO FERRAGAMO

ELEGANCIA A TRADÍCIA
„MADE IN ITALY”

*ELEGANZA E TRADIZIONE
“MADE IN ITALY”*

ALBERTO GEROTTO

NOVÝ PREZIDENT TSOK SI
KLADIE ZA CIEĽ KONTINUITU

*IL NUOVO PRESIDENTE DELLA
CCIS MIRA ALLA CONTINUITÀ*

ROBERTO MARTINI

POZDRAV NOVÉHO
VELVYSLANCA TALIANskej
REPUBLIKY NA SLOVENSKU

*IL SALUTO DEL NUOVO
AMBASCIATORE ITALIANO
IN SLOVACCHIA*



Kompletný mix alebo skladba na želanie?

Branko Drgala,
vedúci oddelenia
Cash management

FLEXIBIZNIS
ÚČET

PLATOBNÝ
STYK

PRODUKTY
FINANČNÉHO
TRHU

POS
TERMINÁLY

VKLADOVÉ
PRODUKTY

Prijaté platby
zadarmo

Pre váš biznis urobíme všetko

U nás vo VÚB banke máte všetko „pod jednou strechou“. Či už ide o samostatný produkt alebo kombináciu produktov, sme pripravení namixovať pre vás to najvhodnejšie riešenie. Viac informácií získate v ktorejkoľvek z 32 firemných pobočiek alebo na stránke www.vub.sk/firemny-mix.



VÚB BANKA

S vami myslíme na budúcnosť



Giorgio Dovigi
Generálny tajomník
Segretario Generale

Drahí čitatelia, *Cari lettori,*

bleskový vývoj udalostí v ekonomike, v oblasti životného prostredia a v spoločnosti zásadne zmenil náš spôsob vnímania času a schopnosť plánovať budúce aktivity.

Procesy globalizácie nenávratne poznačili výrobné odvetvie, trhy a zamestnanosť. Spôsob, akým získavame informácie či vedomosti, sa radikálne zmenil. Výrazné zrýchlenie vývoja, podnietené zavádzaním nových technológií a zmenami geopolitickej rovnováhy, zastihlo mnohých podnikateľov, finančný sektor, politiku či školstvo nepripravených.

Dôsledkom je narastajúci tlak na zvyšovanie konkurencieschopnosti podnikov, ale aj štátov. Schopnosť prinášať a zavádzať inovácie sa stáva kľúčovou vo všetkých odvetviach. Vlády náhle zareagovali a naštartovali politiky zamerané na podporu inovácií prostredníctvom stimulov pri financovaní vedy a výskumu.

Nové riešenia a schopnosť reagovať na rýchle zmeny sú dnes základom úspechu. Je však potrebné rozlišovať medzi inováciami, ktoré sú výsledkom dlhodobej stratégie, a inováciami, ktoré sa snažia reagovať na momentálnu krízu alebo nečakané neúspechy.

Jack Welch (ex CEO General Electric) vravieval: „Zmeň veci ešte predtým, ako ňa okolnosti donútia niečo meniť.“ V duchu tejto rady sme sa snažili venovať toto číslo schopnosti hľadať a zavádzať nové riešenia. Prinášame príklady podnikov, firiem a organizácií, ktoré sú úspešné vďaka cielenému a dlhodobému procesu sebaobnovy a vývoja. Pretože všetky zmeny so sebou prinášajú nové možnosti a príležitosti zvyšovania konkurencieschopnosti.

Príjemné čítanie.

La velocità con la quale siamo abituati ad assistere ai cambiamenti economici, ambientali e sociali, ha mutato la nostra percezione della dimensione temporale e la capacità di programmare il futuro.

Una grande accelerazione che in molti casi ha trovato impreparate aziende, finanza, politica ed istruzione scolastica. Un'evoluzione spesso trainata dalla tecnologia e dal mutare degli scenari geopolitici. I processi di globalizzazione hanno inciso in modo determinante sui processi di produzione, sull'occupazione, sui mercati finanziari ed economici, e sull'acquisizione di informazioni e conoscenze.

Data l'importanza che l'innovazione riveste nella competitività delle imprese e delle nazioni, con sempre maggior enfasi, gli Stati hanno intrapreso politiche miranti a stimolare processi di innovazione nelle aziende, attraverso incentivi volti al finanziamento della ricerca ed al miglioramento.

Innovare per rispondere ai cambiamenti, si proclama a gran voce. Ma l'innovazione dovrebbe essere programmata e non attuata per far fronte ad una crisi o a seguito di risultati negativi inattesi.

“Cambia, prima di essere costretto a farlo”, così diceva Jack Welch (ex CEO General Electric). Eccoci quindi a dedicare questo numero di EST all'innovazione, presentando aziende italiane che hanno saputo costruire il loro successo attraverso la programmazione di un costante processo d'innovazione. Esempi della capacità di migliorarsi per essere pronti a gestire i cambiamenti, per trovare nuove prospettive ed opportunità di crescita e per essere competitivi.

Buona lettura.

4 | Hlavná téma *Primo Piano***NOVÝ PREZIDENT TSOK SI
KLADIE ZA CIEĽ KONTINUITU***IL NUOVO PRESIDENTE DELLA
CCIS MIRA ALLA CONTINUITÀ***8 | Rozhovor** *Intervista***FERRAGAMO: ELEGANCIA A
TRADÍCIA „MADE IN ITALY“***FERRAGAMO: ELEGANZA E
TRADIZIONE “MADE IN ITALY”***16 | Rozhovor** *Intervista***INFORMÁCIA,
NÁSTROJ INOVÁCIE
A SOLIDARITY***L'INFORMAZIONE, STRUMENTO
DI INNOVAZIONE E SOLIDARIETÀ***24 | Ekonomía a trhy***Economia e Mercato***SLOVENSKÁ EKONOMIKA
RÁSTLA V POSLEDNEJ DEKÁDE
V RÁMCI EÚ NAJRÝCHLEJŠIE
VĎAKA PRIEMYSLU***L'ECONOMIA SLOVACCA,
GRAZIE ALL'INDUSTRIA, È
STATA NELL'ULTIMO DECENNIO
L'ECONOMIA IN PIÙ RAPIDA
CRESCITA NELL'UE***27 | Politika** *Politica***PLÁNY NOVEJ VLÁDY SR***PROGETTI DEL NUOVO GOVERNO
SLOVACCO***30 | Podnikový manažment***Management d'impresa***30 | NASTAL ČAS ZAOSTRÍŤ NA
NOVÉ SPÔSOBY PODNIKANIA***È IL MOMENTO GIUSTO
PER INNOVARE I MODELLI DI
BUSINESS***35 | STÁLY AUDIT A
MONITOROVANIE: AKTIVÁCIA
EVOLUTION AUDITU***VERIFICA E MONITORAGGIO
COSTANTE: ATTIVAZIONE
DELL'EVOLUTION AUDIT***37 | InfoTSOK** *InfoCCIS***41 | Talianska pohostinnosť***Ospitalità Italiana***TALIANSKO NA TANIERI***L'ITALIA NEL PIATTO***Partneri Soci Partners****VÚB BANKA***cutting through complexity™***Redakcia** *Redazione***Riaditeľ časopisu / Direttore della rivista**
Giorgio Dovigi**Šéfredaktor / Capo redazione**
Roman Ševce**Redakčná rada / Comitato di redazione**
Michele Bologna, Dovigi Giorgio,
Roman Ševce, Gabrio Vitali**Spolupracovali / Hanno collaborato**
Gabrio Vitali, Beniamino Altezza,
Francesco Cipriani, Magdaléna Husáková,
Simona Kovárová, Kristína Marzoli,
Carlotta Montrucchio, Laura Santoni,
Gioia Serra, Katarína Velková**Grafika / Progetto grafico**
Simone Piernaria,
Francesca Bompieri,
Guglielmo Apolloni**Tlač / Stampa**
Polygrafické centrum**Vydáva / Editore**
Camera di Commercio Italo - Slovaca
Taliansko-Slovenská Obchodná Komora
Michalská 7, 811 01 Bratislava
www.camitslovakia.sk
info@camitslovakia.sk**Registračné číslo**
Numero di registrazione
2755/2002**Náklad / Tiratura:**
16.000

43 | Planéta TSOK Pianeta CCIS**43 | PAOLO RUZZINI: V JADRE JE BEZPEČNOSŤ NADOVŠETKO**

PAOLO RUZZINI:
NELL'ENERGIA NUCLEARE
LA SICUREZZA VIENE PRIMA
DI TUTTO

49 | NOVÉ PRAVIDLÁ ZMENIA POISTNÝ TRH

NUOVE REGOLE CAMBIANO
IL MERCATO DELLE
ASSICURAZIONI

52 | VÝSKUM A INOVÁCIE V MSP: ODPOVEĎ NA KRÍZU

RICERCA ED INNOVAZIONE NELLE
PMI: UNA RISPOSTA ALLA CRISI

55 | OCEŇUJEME SLOVENSKÉ FIRMY ZA ZNÍŽOVANIE EMISÍÍ CO₂

PREMIAMO LE AZIENDE
SLOVACCHE CHE RIDUCONO LE
EMISSIONI DI CO₂

57 | IMMERGAS, SILNÝ HRÁČ NA TRHU S KÚRENÁRSKOU TECHNIKOU

IMMERGAS, IL GIOCATORE FORTE
SUL MERCATO DEGLI IMPIANTI DI
RISCALDAMENTO

59 | POLIECO, MEDZINÁRODNE ZAMERANÁ FIRMA

POLIECO, UN'AZIENDA VOTATA
ALL'INTERNAZIONALITÀ

**61 | KRÁL BRATISLAVSKÝCH KAVIARNÍ**

IL RE DEL CAFFÈ DI BRATISLAVA

65 | AKO POSTAVIŤ MALÝ RAJ NA ZEMI

COME COSTRUIRE UN
PICCOLO PARADISO

69 | Kultúra a história
*Cultura e Storia***STRETNUTIE S VALLOM, VELVYSLANCOM A PREKLADATEĽOM DIEL UMBERTA ECA**

INCONTRO CON VALLO:
DA AMBASCIATORE A
TRADUTTORE DI UMBERTO ECO

74 | Dolce Vitaj 2012 Dolce Vitaj 2012 5. ROČNÍK TALIANSKÉHO FESTIVALU NA SLOVENSKU

5ª EDIZIONE DEL FESTIVAL
ITALIANO IN SLOVACCHIA

79 | Ambasáda Ambasciata**POZDRAV NOVÉHO VELVYSLANCA TALIANskej REPUBLIKY NA SLOVENSKU**

IL SALUTO DEL NUOVO
AMBASCIATORE ITALIANO
IN SLOVACCHIA

**Predsedačka rada TSOK Consiglio direttivo della CCIS****Prezident / Presidente**

Alberto Gerotto

Čestní prezidenti / Presidenti Onorari

Cav. Lav. Mario Boselli
Peter Mihók

Viceprezidenti / Vice Presidenti

Michele Bologna
Fabio Bini
Leonardo Perla
Giuseppe Morandini

Členovia predsedníckej rady / Consiglieri

Nicola Bertollo
Marco Boatto
Fabio Bortolini
Agostino Calcagno
Emanuele Cerroni
Lubomír Drobny
Michele Ghirardi
Ignacio Jaquotot
Denisa Lastovkova
Lorenzo Maggio

Členovia predsedníckej rady / Consiglieri

Juraj Paľa
Giovanni Piazzini Albani
Giorgio Pizzamiglio
Mirco Ribis
Boris Riva
Lorenzo Rumiz
Robert Ševčík
Jana Trnovcová
Vittorio Ventura
Alessandro Zazzeron



NOVÝ PREZIDENT TSOK SI KLADIE ZA CIEĽ KONTINUITU

IL NUOVO PRESIDENTE DELLA CCIS MIRA ALLA CONTINUITÀ

Novozvolený líder Komory Alberto Gerotto predpokladá, že talianske investície na Slovensku budú orientované na upevňovanie pozícií na trhu

Il nuovo leader della Camera Alberto Gerotto prevede lo sviluppo degli investimenti italiani in direzione di un rafforzamento delle posizioni sul mercato

V pondelok 28. mája 2012 sa v priestoroch Austria Trend Hotel konalo valné zhromaždenie a voľby do orgánov Taliansko - Slovenskej obchodnej komory. Novým nastupujúcim a jednohlasne schváleným prezidentom sa stal taliansky podnikateľ Alberto Gerotto, ktorý prevzal agendu po odchádzajúcom prezidentovi Ignaciovi Jaquototovi.

Mohli by ste nám priblížiť váš program vo funkcii prezidenta TSOK?

Môj program je založený na princípe kontinuity, to však neznamená konzervatívny prístup. Moja voľba je založená na fakte, že TSOK, tak ako ju preberám, predstavuje príklad, ktorý medzi talianskymi

zahraničnými komorami vyniká. V posledných rokoch prezidenti, generálni tajomníci a členovia predsedníckej rady TSOK úspešne pracovali na rozvoji operatívnej činnosti Komory a upevňovaní jej postavenia. Toto smerovanie musí ostať zachované a súčasné hodnoty posilnené. Pre mňa ako nového prezidenta je dôležité zachovať si silnú finančnú nezávislosť a kapacity, ktoré nám umožnia pomôcť tak talianskym firmám, ktoré majú záujem o slovenský trh, ako aj slovenským firmám, ktoré chcú uspieť na talianskom trhu.

Komora musí naďalej rozvíjať schopnosť obhajovať požiadavky našich členov aj na politickej a systémovej úrovni. Priama komunikácia s ministerstvami a verejnou správou bude určite prehĺbená.

Rovnako budeme naďalej podporovať spoluprácu našej Komory s organizáciami ako Združenie miest a obcí Slovenska, Slovenská obchodná a priemyselná komora, iné zahraničné obchodné komory prítomné na Slovensku a s mnohými ďalšími.

TSOK musí taktiež naďalej prehľbovať spoluprácu s ďalšími talianskymi inštitúciami na Slovensku ako veľvyslanectvo, Kultúrny inštitút či nový Inštitút pre zahraničný obchod.

Myslím, že moja kampaň bola v tomto smere jasná a otvorená, a to aj vďaka skutočnosti, že preferuje transparentné a korektné vzťahy. Mám veľký rešpekt pred ľuďmi a verím v skupinovú a kvalitne odvedenú prácu.

Ako vidíte budúcnosť Taliansko – Slovenskej obchodnej komory?

Neskrývam, že všetky zmeny, ktoré nás momentálne sprevádzajú, vedú k novej hospodárskej a finančnej stabilite, novým modelom rozvoja ekonomiky založených na odlišných spoločenských hodnotách. To všetko sa nezaobíde bez silného vplyvu na medzinárodné vzťahy.

Tak ako my, podnikatelia, hľadáme dopredu, musí aj naša Komora hľadať do budúcnosti. Nasledujúce roky nebudú ľahké ani v priemyselnej oblasti, ani v medzinárodnom obchode. Kríza, ktorá nás len pred niekoľkými rokmi zastihla, je toho hmatateľným dôkazom. Dopady turbulencií vo svetovej ekonomike sa prenášajú na jednotlivé trhy postupne. My všetci, ktorí sa staráme o chod vlastných obchodov, sme to už mohli okúsiť na vlastnej koži. Preto je viac ako pravdepodobné, že aj trend presúvania výroby talianskych podnikov na Slovensko sa bude pomaličky vytrácať. Predpokladom je, že už existujúce spoločnosti si budú upevňovať svoje postavenie na trhu, prípadne meniť business plány na základe nových pod-

nikateľských stratégií. Redukcia zdrojov, ktoré naša krajina bude môcť využívať na rozvoj vzájomných vzťahov medzi Talianskom a Slovenskom, súčasne zvýši zodpovednosť našej Komory voči talianskym subjektom, ktorých záujmom bude pôsobiť na Slovensku a rovnako voči slovenským sub-

Podporím rozvoj aktivít Komory na regionálnej a miestnej úrovni

Promuoverò lo sviluppo della Camera a livello territoriale

jektom, ktoré majú kontakt s talianskym trhom.

TSOK ako aj ďalšie jej podobné inštitúcie ochraňujúce hospodárske záujmy sa musia prispôbiť novým požiadavkám na trhu. Základnou požiadavkou bude

schopnosť zabezpečiť trvalú udržateľnosť v podnikaní, zamestnanosť a finančnú nezávislosť. Určite neovplyvním globálne dopady krízy, ale budem sa snažiť zo všetkých síl ponúkať lokálne riešenia pre talianske spoločnosti. To je práve výzva, ktorej chcem čeliť z pozície prezidenta TSOK.

Zvolení členovia Predsedníckej rady sú, bezpochyby, odborne pripravení a zdieľajú moju víziu TSOK ako Komory, ktorá by mala slúžiť členom. Som si preto istý, že sa môžem spoľahnúť na kvalitný operatívny tím, ktorý mi pomôže realizovať dôležité strategické projekty v TSOK. Chcem ich zapojiť do propagácie Komory na regionálnej a miestnej úrovni a zvýšiť tak dosah našich aktivít viac na periférii. Navyše členovia Predsedníckej rady budú prostredníctvom sieťových aktivít podporovať členov, propagovať Komoru a jej služby a organizovať podujatia. Rád by som bol prezidentom, ktorý bude spájať záujmy všetkých členov, nezávisle od toho, či ide o malý alebo veľký podnik, o živnostníka alebo maloobchodníka.

Lunedì 28 maggio 2012, presso l'Hotel Austria Trend, ha avuto luogo l'Assemblea Generale della Camera di Commercio Italo-Slovacca, durante la quale si sono svolte le elezioni degli organi statutari. Il nuovo Presidente, eletto all'unanimità, è Alberto Gerotto, un imprenditore italiano che è subentrato ad Ignacio Jaquotot.

Ci vuole parlare del programma elettorale che l'ha condotta all'elezione?

Il mio programma elettorale si è basato sul principio di continuità, che non vuole dire conservatorismo. Tale mia scelta è derivata dal fatto che la CCIS, così come l'ho ereditata, è un centro di eccellenza tra le Camere di Commercio italiane all'estero.

Negli anni passati i Presidenti, i Segretari ed i Consiglieri hanno lavorato con

successo nell'intento di accrescere sia l'immagine che la struttura operativa della Camera, questi valori vanno conservati e rafforzati. Per me, in quanto nuovo Presidente, è importante conservare una forte indipendenza finanziaria e la capacità di aiutare sia le imprese italiane che vogliono approcciare il mercato slovacco che le imprese slovacche che vogliono approcciare il mercato italiano.

La Camera deve essere in grado di promuovere le diverse richieste degli associati, anche a livello "politico". La comunicazione diretta con i ministeri e le pubbliche amministrazioni sarà sicuramente implementata, così come verrà sicuramente promossa la collaborazione della nostra Camera con organizzazioni quali l'Unione della Repubblica dei datori di lavoro, il Consorzio delle città e dei villaggi della Slovacchia (ZMOS), la Camera di Commercio e Industria Slovacca (SOPK), le camere

di commercio estere e tante altre.

La CCIS deve potenziare la già buona collaborazione con le altre Istituzioni Italiane in Slovacchia, in primis con l'Ambasciata, l'Istituto Italiano di Cultura e la nuova ICE.

Penso che la mia campagna sia stata chiara ed aperta, grazie anche al fatto che prediligo i rapporti trasparenti e corretti. Ho un grande rispetto per le persone e credo nel lavoro di squadra e di alta qualità.

Come vede il futuro della CCIS?

Non nascondo che tutti i cambiamenti che stiamo vivendo porteranno a nuovi equilibri economici e finanziari, nuovi modelli di sviluppo economico e diversi valori sociali, il tutto con forte influenza sulle relazioni internazionali.

Così come noi imprenditori guardiamo avanti, anche la nostra Camera deve guardare al futuro, che non si prospetta



Ignacio Jaquotot a Alberto Gerotto, bývalý a súčasný prezident TSOK

Ignacio Jaquotot ed Alberto Gerotto, Presidenti uscente ed attuale CCIS

semplice né nel settore industriale, né nel commercio internazionale e la crisi che ci sta investendo ne è una prova palpabile. Gli impatti delle turbolenze nell'economia mondiale si rispecchiano gradualmente nei singoli mercati e noi, gestori delle nostre attività, lo stiamo provando sulla nostra pelle. Ritengo dunque probabile che il trend di nuove delocalizzazioni di imprese italiane in Slovacchia vada verso un graduale esaurimento e che si proceda al consolidamento delle realtà esistenti o alla riconversione delle attività produttive grazie a nuove strategie imprenditoriali. Contestualmente, la riduzione delle risorse che il nostro Paese potrà dedicare allo sviluppo dell'interscambio tra Italia e Slovacchia accrescerà la responsabilità che la nostra Camera avrà nei confronti degli operatori italiani che vogliono operare in Slovacchia e degli operatori slovacchi che approcciano il mercato italiano.

Di fronte a questa realtà, la CCIS, come tutte le strutture associative e rappresentative al servizio di interessi economici, deve adeguarsi alle nuove esigenze, aumentando la capacità di assicurare un sostegno alle attività imprenditoriali, l'occupazione e l'indipendenza finanziaria.

Io non posso certo influenzare gli effetti globali della crisi, ma cercherò di favorire soluzioni a livello locale, assistendo con tenacia le imprese italiane. È questa la sfida che voglio affrontare nella mia posizione di Presidente della CCIS.

I Consiglieri eletti sono sicuramente figure di alta professionalità che condividono la mia visione della CCIS al servizio delle imprese. Sono quindi certo di poter contare su di un team operativo molto valido che mi permetterà di condividere importanti progetti strategici per la CCIS e di coinvolgere i Consiglieri in azioni di promozione

della Camera a livello territoriale, rendendone così più incisiva l'attività a livello periferico. Inoltre i Consiglieri supporteranno, in termini di network, gli assistiti e favoriranno la conoscenza della Camera, promuovendone i servizi ed organizzando manifestazioni.

Mi auguro di essere un Presidente che coaguli gli interessi di tutti gli associati, indipendentemente che siano piccole o grandi aziende, professionisti o commercianti.

FERRAGAMO: ELEGANCIA A TRADÍCIA „MADE IN ITALY”

FERRAGAMO: ELEGANZA E TRADIZIONE “MADE IN ITALY”

Skupina Ferragamo v priebehu roka 2011 zaznamenala výnos vo výške 986,4 milióna Eur, čo znamená nárast o 26,2% v porovnaní s rokom 2010. Akú stratégiu ste aplikovali na dosiahnutie tak pozitívneho výsledku aj napriek nepriaznivej hospodárskej situácii?

Som presvedčený, že jeden zo základných prvkov, ktorý vo významnej miere utvrdil postavenie našej značky v odvetví luxusných produktov a zvýšil jej dopyt na celom svete, je kvalita našich výrobkov rozpoznateľná na medzinárodnej úrovni. Naša kvalita je výsledkom zručnosti remeselníkov, ich zmyslu pre detail, tradíciu a kreatívne nápady. Tento mix, samozrejme, priamo súvisí s hustou sieťou kvalitných distribučných kanálov.

Rok 2011 bol pre našu skupinu veľmi uspokojujúci. Zaznamenali sme výrazný nárast predaja vo všetkých krajinách, v ktorých sme prítomní, čo sa premietlo aj do ekonomického výsledku. Zároveň sme mali aj obrovský úspech na burze, čo nás ešte vo väčšej miere zviditeľnilo na medzinárodnej úrovni.

Il gruppo Ferragamo nel corso dell'esercizio 2011 ha realizzato ricavi pari a 986,4 milioni di euro, con una crescita del 26,2% rispetto ai 781,6 milioni di euro registrati nel 2010. Quali sono le linee strategiche che avete messo in campo per ottenere risultati così positivi malgrado la congiuntura economica?

Credo che la qualità riconosciuta a livello internazionale dei nostri prodotti, fatta di solide competenze artigianali, di cura, di tradizione ed estro creativo, sia uno degli elementi che ha contribuito a far affermare e crescere il nostro brand nel settore del lusso in tutto il mondo, unito ad una presenza capillare in tutti i canali distributivi.

Il 2011 per il nostro Gruppo è stato un anno ricco di soddisfazioni, sia sul fronte dei risultati economici, dato che abbiamo registrato una crescita importante ed omogenea in tutti i Paesi in cui operiamo, sia per il successo della quotazione in Borsa, che ci ha dato una grandissima visibilità a livello internazionale.

Rozhovor s **Ferruccioni Ferragamo**,
prezidentom skupiny Salvatore
Ferragamo a.s.

[© Foto Gruppo Ferragamo S.p.A. Archivio]

*Intervista al Presidente del Gruppo Salvatore
Ferragamo S.p.A., **Ferruccio Ferragamo***



V ktorých krajinách má vaša značka najväčší úspech?

Zvýšili sme náš výnos na všetkých trhoch, na ktorých sme prítomní a štvrťročné údaje k 31. marcu 2012 poukazujú, že už ôsmy kvartál za sebou zaznamenávame nárast o 20%.

Čo sa týka výnosov, prvenstvo dosahujeme v oblasti Ázie – Tichého oceánu, ale veľmi dobré výsledky zaznamenávame aj v Európe, Severnej a Južnej Amerike. Snažíme sa o vyvážené a rovnomerné pôsobenie na celom svete.

Najocenejšou líniou produktov sú topánky, tašky a kožené doplnky, ktoré tvoria približne 74% nášho konsolidovaného výnosu. Musím podotknúť, že počas prvého kvartálu roku 2012 sme zaregistrovali výrazný vzostup v predaji parfumov (až o 35,7%) v porovnaní s tým istým obdobím predošlého roku, a to aj vďaka novej vôni Signorina.

Ako sa vyvíja módný priemysel a trh luxusných produktov?

Spotrebiteľ luxusných produktov dáva dôraz na kvalitu a jedinečnosť výrobku, preto sa naša skupina vždy zameriavala hlavne na tieto prvky.

Pozornosť, ktorú venujeme exkluzívnosti a tvorivosti, je možná iba vďaka inováciám, kvalite a ručnej výrobe, takej typickej pre Made in Italy. Naš priemyselný model sa rozvinul na tejto základnej myšlienke a ešte aj dnes, keď sa naša skupina stala významnou na medzinárodnej úrovni, sa opiera o sieť vybraných a dôveryhodných dodávateľov a subdodávateľov, s ktorými prebieha neustála výmena informácií. Tak vieme garantovať kvalitu a zároveň ostávame flexibilní.

Za posledné roky sme sa obzvlášť sústredili aj na kvalitu a organizáciu pracovných procesov v našich

laboratóriách. Snažili sme sa rozvíjať ich podnikateľské, manažérske, technické a odborné znalosti. Čo sa týka našej stratégie, vsadili sme na dodržiavanie tradície a kontinuitu. Tomu sme prispôbovali aj nový kultúrny model. Naším cieľom je využívanie všetkých distribučných kanálov, aby sme vedeli uspokojiť očakávania našej klientely na celom svete.

Absolútna kvalita a Made in Italy sú základné piliere vašej stratégie. Čo to konkrétne znamená?

Kvalita spracovania rozpoznateľná na medzinárodnej úrovni, zručnosť remeselníkov, zmysel pre detail a tradíciu a tvorivé nápady sú základné ingrediencie nášho vnímania Made in Italy. To prispieva k upevneniu našej značky v odvetví luxury brands na celom svete. Kvalita talianskej ručnej výroby, ktorá za posledné

In quali Paesi state ottenendo maggiore successo? Quali sono le linee di prodotto più apprezzate dalla clientela?

Abbiamo incrementato i nostri ricavi su tutti i mercati in cui siamo presenti e i dati trimestrali al 31 marzo 2012 hanno dimostrato che siamo cresciuti per l'ottavo trimestre consecutivo di oltre il 20%. L'area Asia-Pacifico rappresenta, ad oggi, il primo mercato in termini di ricavi per il nostro Gruppo, ma stiamo andando molto bene anche in Europa, nel Nord America e in Centro e Sud America, grazie ad una presenza capillare e ben equilibrata in tutto il mondo.

Per quanto riguarda le linee di prodotti più apprezzate dalla nostra clientela, le scarpe, le borse e gli accessori in pelle rappresentano circa il 74% dei nostri ricavi consolidati. Devo dire che nel primo trimestre del 2012 abbiamo registrato un'ottima crescita altresì della divisione profumi, che ha registrato un incremento dei ricavi del 35,7% rispetto allo stesso periodo dello scorso anno, e questo grazie anche al grande successo della nuova fragranza Signorina.

Come evolvono il mercato del lusso e la fashion industry? Quali sono i

Už ôsmy
kvartál za sebou
zaznamenávame
nárast o 20%

Siamo cresciuti
di oltre il 20%
per l'ottavo trimestre
consecutivo

trend di frontiera dal punto di vista del business model?

Il consumatore del lusso è un consumatore molto attento alla qualità e all'unicità del prodotto ed il nostro Gruppo è stato da sempre impegnato a creare prodotti unici ed esclusivi.

Questa attenzione all'unicità, all'esclusività ed alla creatività è stata possibile grazie all'innovazione, alla qualità ed all'artigianalità tipica del "Made in Italy". Il nostro modello industriale si è sviluppato a partire da quest'idea di base, ed ancora oggi che il nostro è diventato un gruppo internazionale, si avvale di una rete di fornitori e subfor-

nitori selezionati e fidelizzati, con i quali l'interscambio di competenze e di informazioni è continuo, con garanzie di qualità e di flessibilità allo stesso tempo. Negli ultimi anni abbiamo prestato particolare attenzione anche alla qualità dei processi e dell'organizzazione del lavoro di questi laboratori, ed alla loro capacità di sviluppare le loro expertise imprenditoriali, manageriali e tecniche.

Per quanto riguarda la nostra strategia, uno dei nostri punti di forza è aver puntato sulla tradizione, sulla continuità, adeguando e sviluppando nel tempo un nuovo approccio culturale, puntando contemporaneamente a una presenza capillare in tutti i canali distributivi per soddisfare pienamente le aspettative della clientela globale.

Qualità assoluta e "Made in Italy" sono i cardini della vostra strategia. Cosa significa in concreto?

La qualità riconosciuta a livello internazionale dei prodotti realizzati in Italia, fatta di solide competenze artigianali, di cura, di tradizione ed estro creativo, è uno degli elementi che ha contribuito a far affermare e crescere il nostro brand nel settore del lusso in tutto il mondo. L'eccellenza dell'artigianato italiano, che



negli anni si è evoluto, grazie anche agli investimenti in termini di ricerca ed innovazione, è un elemento che garantisce un valore ed un'autenticità riconosciuti ai nostri prodotti. Per questo siamo impegnati costantemente a consolidare e ad incrementare nel tempo il valore identitario del marchio nel "Made in Italy", mantenendo gli elevati standard qualitativi dei prodotti e dei processi produttivi attraverso investimenti nello studio, nell'implementazione dell'innovazione e delle tecnologie a supporto del business.

Come si concilia l'innovazione con la storica tradizione artigianale che contraddistingue il vostro marchio?

La storia del Gruppo Ferragamo è la storia di una famiglia e di una azienda fortemente radicata in Italia, molto legata al Paese ed alle sue tradizioni ed eccellenze produttive. Non è un caso, infatti, se nel 1927 mio padre, dopo aver dato inizio alla sua attività negli Stati Uniti ed essersi affermato come il 'calzolaio delle dive', abbia deciso di stabilire la sua azienda a Firenze, città famosa nel mondo per la sua storia, per l'arte

ma anche e soprattutto per i suoi bravi artigiani specializzati nelle calzature e nella pelletteria, con i quali iniziò ad instaurare un rapporto di collaborazione che si è poi consolidato e sviluppato nel tempo.

Se Salvatore Ferragamo oggi è uno tra i marchi più conosciuti a livello internazionale nel segmento del lusso è perché rappresenta l'unione tra le fortissime capacità artigianali e la solida tradizione creativa del "Made in Italy", che negli anni sono progredite in modo coerente rispetto alle origini. Qualità, eleganza contemporanea e innovazione sono oggi i caratteri distintivi di ogni nostro prodotto e, assieme alla lavorazione artigianale, sono i criteri che danno il valore e l'autenticità riconosciuti al marchio.

Questi principi, ereditati dal fondatore, costituiscono ancora le linee guida dello sviluppo del Gruppo: sono principi che si basano su codici tangibili ed intangibili. Tangibili come la qualità; l'innovazione; la sperimentazione continua in tutti i settori, dal prodotto alla comunicazione, alla distribuzione; l'affermazione dei valori che hanno fat-

to grande il 'Made in Italy'; la fantasia; la creatività; la portabilità e il colore. Appartengono alla sfera dell'intangibile il coraggio, inteso come agire con sicurezza e coerenza; la passione per il nostro lavoro; l'orgoglio di appartenere al mondo Ferragamo; la voglia di comunicare attraverso il prodotto sia un servizio che uno stile di vita; l'attenzione all'individuo e il rispetto delle sue esigenze.

Qual è il ruolo dei canali digitali nella vostra strategia di marketing e comunicazione e quali gli obiettivi? Quali sono le iniziative più significative che avete avviato e con quali risultati?

Negli ultimi anni Internet è entrato prepotentemente nella vita di tutti noi e ha rivoluzionato anche il settore del lusso. Nel nostro settore, il digitale è stato un importante fattore accelerante e tutte le aziende sono ormai approdate alla dimensione online. Il digitale è importantissimo nella nostra strategia di marketing e comunicazione e negli ultimi anni, oltre all'e-commerce, abbiamo

roky zaznamenala posun aj vďaka investíciám do výskumu a inovácií, garantuje pridanú hodnotu výrobkov a ich autenticitu. Preto sa neustále zameriavame na konsolidáciu a rozvoj hodnôt, ktoré tvoria značku Made in Italy. Vysoký kvalitatívny štandard produktov a výrobných procesov udržiavame prostredníctvom investícií do štúdií, zavádzania inovácií a podporných technológií v procesoch predaja a distribúcie.

Spotrebiteľ
luxusných
produktov dáva
dôraz na kvalitu
a jedinečnosť
výrobku

*Il consumatore del
lusso
è molto attento
alla qualità e
all'unicità
del prodotto*

avviato diverse iniziative e sperimentato le varie opportunità e declinazioni offerte dal mondo online: dal sito web alla sfilata in streaming, fino ad arrivare a strumenti e servizi che spaziano dalle application, pensate per fidelizzare gli utenti, allo showroom online, alla gestione del brand nel mondo social. Tutte le iniziative che abbiamo intrapreso in questo senso ci hanno dato ottimi risultati, a conferma che in un mondo globale come quello di oggi un marchio internazionale come il nostro non può prescindere dall'innovazione portata dalla digitalizzazione, che porta a un'interazione sempre più complessa ed efficace col consumatore che è in continua evoluzione.

Ako je možné zlúčiť inováciu s historickou tradíciou?

História skupiny Ferragamo je históriou jednej rodiny a spoločnosti, ktorá má hlboké korene v Taliansku a je veľmi naviazaná na krajinu, jej tradície a remeselnícku zručnosť. Môj otec položil základy značky v Spojených štátoch, kde sa preslávil ako „obuvník slávnych osobností.“ Nie náhodou sa potom v roku 1927 rozhodol, že základný kameň svojej spoločnosti položí vo Florencii, v meste, ktoré sa preslávilo svojou históriou a kultúrou, ale predovšetkým svoji-

mi skvelými remeselníkmi, ktorí sa špecializujú na výrobu obuvi a koženého tovaru. Práve s týmito remeselníkmi začal budovať spoločnosť, ktorá sa postupne konsolidovala a rozvíjala.

Ak luxusná značka Salvatore Ferragamo dnes patrí medzi najznámejšie na medzinárodnej úrovni, je to preto, lebo spája zručnosť etablovaných remeselníkov a pevnú kreatívnu tradíciu Made in Italy. Toto spojenie sme naďalej rozvíjali s rešpektom k pôvodným víziám. Kvalita, elegancia a inovácia sú dnes charakteristickým znakom každého nášho produktu



Salvatore Ferragamo s Audrey Hepburn
Salvatore Ferragamo con Audrey Hepburn

[© Foto Gruppo Ferragamo S.p.A. Archive]

Pozornosť, ktorú venujeme exkluzívnosti a tvorivosti, je možná vďaka inováciám, kvalite a ručnej výrobe, typickej pre Made in Italy

L'attenzione all'unicità ed alla creatività è stata possibile grazie all'innovazione, alla qualità ed all'artigianalità tipica del "Made in Italy"

a spolu s ručnou výrobou vytvárajú hodnotu a autenticitu našej značky.

Tieto princípy sú dedičstvom po zakladateľovi a definujú hlavné línie rozvoja spoločnosti: sú to princípy, ktoré sa zakladajú na hmatateľných a nehmatateľných prvkoch. Hmatateľným prvkom je pretrvávajúca kvalita, inovácia, štúdie vo všetkých sektoroch od produktu, cez komunikáciu až po distribúciu, fantázia, kreativita, pohodlnosť a farba. Nehmatateľnými prvkami sú odvaha, ktorá sa chápe ako schopnosť reagovať s istotou a dôslednosťou, vášň pre našu prácu, hrdosť byť súčasťou sveta Ferragamo, chuť komunikovať prostredníctvom produktu alebo životného štýlu, pozornosť venovaná individualite a rešpekt k jej potrebám.

Aká je úloha digitálnych kanálov vo vašej marketingovej stratégii a komunikácii?

V posledných rokoch internet výrazne zasiahol do našich životov a ovplyvnil aj sektor s luxusným tovarom. V našom sektore zavedenie informačných technológií znamenalo významný urýchľujúci faktor a teraz všetky spoločnosti využívajú dimenziu online sveta. Informačné technológie sú veľmi dôležitým prvkom našej marketingovej stratégie a komunikácie a v posledných rokoch sme, okrem e-shopového predaja, rozbehli a skúšali rôzne aktivity, ktoré online svet ponúka. Od web stránky až po streaming módnjej

prehliadky, využívanie nástrojov a služieb ako sú aplikácie vyvinuté pre verných zákazníkov, vytvorenie online showroomu a taktiež priblíženie značky užívateľom prostredníctvom sociálnych sietí. Všetky iniciatívy, ktoré sme v tomto smere vykonali, nám prinášajú vynikajúce výsledky a potvrdzujú, že v súčasnom globálnom svete medzinárodná značka ako naša sa inováciám v oblasti komunikácie nemôže vyhnúť, pretože prinášajú stále komplexnejšiu a účinnejšiu interakciu s klientom, ktorého požiadavky sa neustále vyvíjajú.



[© Foto Gruppo Ferragamo S.p.A. Archive]

Ferruccio Ferragamo, prezident skupiny Salvatore Ferragamo a.s.
Ferruccio Ferragamo, Presidente del Gruppo Salvatore Ferragamo S.p.A.

Skupina Salvatore Ferragamo a.s.

Salvatore Ferragamo a.s., zakladateľ spoločnosti Ferragamo, je jeden z hlavných hráčov v odvetví luxusných produktov. Jej základy siahajú do roku 1927 a je synonymom vysokej kvality Made in Italy. Skupina sa predovšetkým venuje tvorbe, výrobe a predaju obuvi, kožených výrobkov, odevov, hodvábnych produktov a iných doplnkov, taktiež parfumov pre mužov a ženy.

Sortiment je doplnený okuliarmi a hodinkami, ktoré sú na základe licencie vyrábané tretími subjektmi v Taliansku a v zahraničí s cieľom využiť zručnosť miestnych výrobcov.

Pozornosť je venovaná jedinečnosti a exkluzivite, ktorá vzniká spojením štýlu, kreativity a inovácie s kvalitou a ručnou výrobou na mieru. Skupina Ferragamo sa vyznačuje a odlišuje

týmito charakteristikami už od 60-tych rokov minulého storočia vďaka selekcii vysoko kvalitných a dôveryhodných dodávateľov a spolupracovníkov.

Dňa 29. júna 2011 Salvatore Ferragamo a.s. kótoval na burze Mercato Telematico Azionario organizovanej a riadenej Borsa Italiana a.s. a následne úspešne ukončil všeobecnú ponuku predaja kmeňových akcií. Ponuka zaznamenala komplexnú požiadavku, ktorá v oblasti cenového rozpätia prekročila približne 3,6 - krát množstvo ponúknutých akcií; dopyt vychádzal predovšetkým od významných talianskych a zahraničných investorov z rôznych kontinentov: od kontinentálnej Európy cez Veľkú Britániu, Spojené štáty až po Áziu.



[© Foto Gruppo Ferragamo S.p.A. Archive]

Gruppo Salvatore Ferragamo S.p.A.

Salvatore Ferragamo S.p.A. è a capo del Gruppo Ferragamo, uno dei principali player del settore lusso, le cui origini possono essere fatte risalire al 1927. Il Gruppo è attivo principalmente nella creazione, produzione e vendita di calzature, pelletteria, abbigliamento, prodotti in seta e altri accessori, nonché profumi, per uomo e donna, sinonimo di altissima qualità "Made in Italy".

La gamma dei prodotti si completa con occhiali e orologi, realizzati su licenza da terzi in Italia e all'estero, con l'obiettivo di sfruttare le eccellenze locali.

Attenzione all'unicità e all'esclusività, ottenute coniugando stile, creatività e innovazione con la qualità e l'artigianalità tipiche della produzione "made to order", sono le caratteristiche che contraddistinguono da sempre i prodotti del Gruppo, realizzati fin dagli anni '60 presso una rete altamente selezionata e fidelizzata di laboratori.

Il 29 giugno 2011 Salvatore Ferragamo S.p.A. si è quotata sul Mercato Telematico Azionario organizzato e gestito da Borsa Italiana S.p.A., a seguito della conclusione con successo dell'Offerta Globale di Vendita delle proprie azioni ordinarie. L'Offerta ha registrato una domanda complessiva che, nell'ambito dell'intervallo di prezzo, ha superato di circa 3,6 volte il quantitativo di azioni offerte; la domanda istituzionale è pervenuta da primari investitori italiani ed esteri con un'ampia diversificazione geografica che ha compreso Europa Continentale, Regno Unito, Stati Uniti ed Asia.



[© Foto Gruppo Ferragamo S.p.A. Archive]

Salvatore Ferragamo spolu s herečkou Annou Magnani
Salvatore Ferragamo insieme all'attrice Anna Magnani

LUXURY

INTERNATIONAL TRADER

DOLCE & GABBANA

GIORGIO ARMANI

DIOR HOMME

YVES SAINT LAURENT

PROENZA SCHOULER

MONCLER®

LOEWE.

BURBERRY®

MULBERRY

GIVENCHY

MARC JACOBS

Chloé

CELINE

FENDI

ETRO
Milano

Laurinská 10, 81101 Bratislava,
email: info@luxurybratislava.com
www.luxurybratislava.com
tel: +421 (0) 25 44 12 961



BUSINESS ALL INCLUSIVE

JEDINEČNÉ MIESTO PRE VAŠE AKCIE A EVENTY
UNIQUE VENUE FOR BUSINESS AND EVENTS


AQUACITY
POPRAD

HOTEL SEASONS *** HOTEL MOUNTAIN VIEW ****

- raňajky a večere formou bufetových stolov v cene ubytovania
breakfast and dinner buffet in room price included
- voľný vstup do aquaparku s 13 bazénmi a Vitálnym svetom
free entry to the thermal waterpark with 13 pools and Vital world

CONGRESS, TEAMBUILDING, SPORTS EVENTS

- kongresová sála s kapacitou až 350 osôb, zasadacia miestnosť, salónik
congress hall with capacity up to 350 persons, meeting room, board room
- moderné technické vybavenie, ozvučovací a vizuálny systém v cene prenájmu
state-of-the-art technical equipment, A/V system in price included
- areál zábavy a športu s plážovými ihriskami a barmi
Fun & Sport Area with beach volleyball and football, drink bars
- Aquapark, Wellness & Spa
- zažite špičkové zápasy KHL
experience KHL hockey league

BUSINESS EVENTS & PARTY

- exkluzívne priestory bazénov Blue Diamond na prenájom
exclusive Blue Diamond Pools venue for rent
- bazény Blue Sapphire s tanečnými pódiami na vode a 3D Laser Show
Blue Sapphire Pools with dance stage over water and 3D Laser Show

info@aquacity.sk

Info: +421 52 7851 222

www.aquacityresort.com

INFORMÁCIA, NÁSTROJ INOVÁCIE A SOLIDARITY

L'INFORMAZIONE, STRUMENTO DI INNOVAZIONE E SOLIDARIETÀ

Nové technológie nám pomáhajú naplňovať naše poslanie,
hovorí monsignor Lucio Adrián Ruiz

*Le nuove tecnologie ci aiutano ad adempiere la nostra missione, dice
Monsignor Lucio Adrián Ruiz*

Inovácia je dôležitá pre všetky inštitúcie, pretože kultúra je dynamická a vyvíja sa spoločne s ľuďmi, ktorí ju tvoria. Tak organická a komplexná inštitúcia ako cirkev, ktorá sa rozprestiera po celom svete, v čase a priestore, sa nemôže vyvíjať nezávisle od kultúry. Naša viera nám hovorí: „Ježiš je cesta, pravda a život, jediná a najlepšia odpoveď pre človeka.“ Úloha, ktorou nás poveril Ježiš je hlásať jeho učenie aj v najvzdialenej-

ších kútoch sveta. Má Internet taký dosah? Áno. Preto nám môže pomôcť pri šírení jeho posolstva. Nové technológie nám pomáhajú naplniť naše poslanie.”

Pred vstupom cirkvi do virtuálneho sveta si monsignor Lucio Adrián Ruiz, zodpovedný za prevádzku internetových služieb vo Vatikáne, a jeho tím položili dve otázky. Po prvé, ako vyrozprávať pápežský stolec na sieti?

A po druhé, ako obohatiť poznanie Internetu, jeho jazyk a jeho kultúru s cieľom ponúknuť primerané odpovede požadované Benediktom XVI. v správe pre Svetový deň spoločenských komunikačných prostriedkov. V Bratislave sa uskutočnila konferencia *Výzvy novej kultúry* a pri jej príležitosti nám Mons. Ruiz priblížil ciele jeho úradu, ktorý zabezpečuje technickú a redakčnú činnosť pre všetky domény rodiny .va.

“Innovarsi è fondamentale per qualsiasi tipo di istituzione, perché la cultura è una realtà dinamica, fatta dagli uomini che la animano, e quindi evolve. Un'istituzione molto organica e complessa come la Chiesa, che si estende su tutto il mondo, sincronica e diacronica (nello spazio e nel tempo) non può

non evolversi con essa. La nostra fede ci dice che “noi abbiamo il cammino, la verità e la vita che è Gesù”. L'unica e la migliore risposta per l'uomo. La nostra missione, indicataci da Gesù, è andare fino ai confini della terra e predicare il suo messaggio. Internet arriva fino ai confini della terra? Sì. Quindi non pos-

siamo non usare internet, perché coincide con la missione del Cristo.”

Prima dell'ingresso della chiesa nel mondo online, Monsignor Lucio Adrián Ruiz, Capo dell'Ufficio del Servizio Internet Vaticano, e il suo team si sono posti due domande. La prima: come far

Čím sa vyznačuje moderný kontext, ktorého súčasťou je aj poslanie Krista?

S publikom narastá aj zodpovednosť jednotlivých vyhlásení. Stáva sa ešte dôležitejšou a vyžaduje si ešte naliehavejšie úsilie. Ján Pavol II. napísal: „Naším cieľom pri využívaní masmédií nie je len znásobenie zverejňovaného obsahu. Ide predovšetkým o šírenie evanjelia samotného, keďže súčasná kultúra závisí z veľkej časti práve od vplyvu masmédií.“

Sieť svojimi vlastnosťami ovplyvňuje súčasnú éru, často tiež definovanú ako digitálnu, ktorá má určité špecifické vlastnosti. Na sieti sú si všetci rovní. Médiá, ktoré existovali pred príchodom Internetu, ako na-

príklad televízia, vytvárali pasívne publikum, kde užívateľovi stačilo prijímať obsah. Dnes je publikum aktívnym subjektom a môže vyvolať silnú reakciu. Jeho prítomnosť na sieti už nie je ľahostajná tomu, kto napíše blog a ani veľkým novinám. Model sociálneho usporiadania spoločnosti sa prevracia. Na usporiadaní spoločnosti sa už viac nepodieľajú výlučne tí, ktorí sa ju snažia riadiť.

V tejto realite, kde sú si všetci rovní, patrí sila ovplyvniť iných tým, ktorí vedú lepšie argumentovať, vedú lepšie používať komunikačné prostriedky. Internet nie je v tomto smere spoľahlivý. Jednoducho povedané, ten, kto sa lepšie vyzná v médiách, dokáže získať širšie publikum. Prístup, „hovorí

ten, kto vie,“ je minulosťou. Tu sa dostávame ku skutočnej hodnote, ktorá formuje našu spoločnosť. Je ňou pravda. Internet umožnil vznik fenoménu poznania „pret-a-porter“, ktorého najznámejším príkladom je Wikipédia. Človek sa môže dozvedieť všetko zhrnuté do štyroch riadkov. Diplomové práce sú skôr výsledkom „kopíruj, prilep“ poznatkov „pret-a-porter,“ než výsledkom výskumu. Je preto nevyhnutné venovať väčšiu pozornosť tomu, kde a ako človek získava vedomosti. Pre nás to znamená, že nemôžeme zanedbávať médiá. Samotný pápež Benedikt XVI. označil internet za jeden z nových nástrojov v službách Božieho Slova.



www.vatican.va

comunicare il Papa nella rete, cioè come fare presente il suo ministero petrino nell'era digitale? La seconda: come approfondire la conoscenza della rete per dare risposte adeguate, come richiesto da Benedetto XVI nel messaggio per la Giornata mondiale delle comunicazioni sociali 2010?

Mons. Ruiz ci ha raccontato, in occasio-

ne della conferenza LE SFIDE DELLA NUOVA CULTURA, tenutasi a Bratislava, gli obiettivi del suo ufficio che cura sia il supporto tecnico che la redazione dei contenuti online per i siti della famiglia .va.

Qual è il contesto moderno nel quale si inserisce il mandato missionario della Chiesa?

La responsabilità dell'annuncio non solo aumenta, ma si fa più impellente e reclama un impegno più motivato ed efficace, Giovanni Paolo II aveva scritto: "L'impegno nei mass media, tuttavia, non ha solo lo scopo di moltiplicare l'annuncio: si tratta di un fatto più profondo, perché l'evangelizzazione stessa della cultura moderna dipende in gran parte dal loro influsso".

Aká je stratégia cirkvi online?

Pre nás nie je dôležité médium. My hľadáme človeka a cestu k nemu. Naším cieľom nie je využívať média, ale hľadanie skutočných ľudí.

Ak chceme vstúpiť do tohto kontextu, musíme sa naučiť jazyk dnešnej doby. Každá kultúra je iná. Preto, iba ak poznáte jazyk kontextu, môžete v ňom zanechať vlastný odkaz. Dnešná mládež prichádza za kňazom s notebookom v ruke: je normálne, že títo mladí ľudia získavajú informácie online a vytvárajú online ich vlastný obsah. My sa musíme naučiť tento spôsob komunikácie, aby sme mohli rozprávať o kráse Ježiša Krista a šíriť ju medzi nimi. Kňaz však tento priestor nekontroluje. Do sveta online nikto nevstúpi ako autorita, musí si ju vybudovať. Takže teraz pripravujeme ľudí, ktorí vedú komunikovať vo svete online a vedú to robiť dobre. Pretože ľudia, ktorí sa pýtajú, hľadajú hodnotné odpovede.

Ako Vatikán využíva komunikáciu online?

Naša šikovnosť spočíva vo vytvorení silných „meeting points“ online, kde nájdete základné piliere viery.



[© Foto archer10 (Dennis) | Flickr]

Napríklad, ak chcete nájsť správny a kompletný dokument pápeža, existuje jediná stránka plne venovaná poslianiu pápeža – www.vatican.va. Táto stránka je misionársky obraz pápeža v digitálnom formáte, v 8 jazykoch a s 500 000 stranami.

Najväčšia pozornosť je sústredená na oblasť pontifikátu pápeža Benedetta XVI.. Kalendár aktivít uvádza všetky činnosti/závazky/aktivity s príslušnou dokumentáciou: video, články, fotografie. Články sú pub-

likované na stránke v reálnom čase. Všetky dokumenty sú zhromaždené podľa špecifických typológií.

www.vatican.va generuje v priemere tri milióny kontaktov (nie používateľov) denne, keď nie sú mimoriadne udalosti. Najvyššia aktivita je od 15:00 do 24:00 (rímskeho času). Kľúčové slová, ktoré privádzajú návštevníkov na web stránku, sú: vatican alebo vaticano, catholic, romano, osservatore, church, santa. Návštevy sú zvyčajne duchovne



[© Foto Nina Zafiz | Flickr]

motivované, zatiaľ čo pri výnimočných udalostiach, ako cesty pápeža, sú skôr motivované hľadaním novinárskych a všeobecných informácií. Naším cieľom je stať sa súčasťou siete tak, aby každý, či už chlapec alebo starší človek, teológ, laik či chorý človek, mali svoj vlastný kanál. Len nedávno sme vytvorili pápežovi profil na Twitter. Tak ako keď Pápež otvorí okno a odkáže svoje poslanstvo, tak teraz bude mať možnosť robiť to isté pomocou svojich tweetov. Aj keď pápežov profil na Twitter ešte nebol ohlásený, počet svojich followers dosiahol 5000 v priebehu jedného dňa. Toto nám hovorí, že tí, ktorí poznajú naše poslanstvo a rozumejú jazyku Twitter, sledujú tweet pápeža. Pápež hovoril moderným jazykom a verejnosť to ocenila.

Ako veľmi sa nová evanjelizácia zakladá na nových spôsoboch komunikácie?

Veľmi. A je to tak v celom svete. Od Vatikánu až po navzdialenejšiu farnosť na Zemi. Všetci používajú nové prostriedky komunikácie. Konkrétny príklad projektu, ktorý sme vyvinuli pre klérus pre podporu novej evanjelizácie, sa volá Clerus.org. Stránka obsahuje multimedialný obsah a 20 000 dokumentov v 6 jazykoch. A nezastavili sme sa tu, pretože táto stránka potrebuje rýchle pripojenie a Internet je iný v New Yorku alebo v malej dedinke v Južnej Amerike. Takže sme vytvorili Clerus.net, kde sme odstránili všetky obrázky a grafické efekty, aby tak bol ľahší pre navigáciu aj s takým malým pripojením ako 33,6 kB/s. A nezastavili sme sa tu, vytvorili sme program, ktorý rozkúskuje databázu Clerus.org na smsky po 160 znakov. Tak je možné nahliadnuť do celej databázy aj cez mobilný telefón. Tento program vám pošle akýkoľvek dokument. Zaiste, je veľmi ťažké prečítať celú encykliku rozkúskovanú na sms po 160 znakov, ale ak sa nachádzaš na mieste, kde nie je iný spôsob, ako sa k nej dostať, môžeš mať kompletný a správny obsah. A nezastavili sme sa tu. Možno je niekto, kto vôbec nemá možnosť pripojiť sa a má iba starý počítač. Spravili sme CD-ROM s

Lucio Adrián Ruiz

Lucio Adrián Ruiz pôsobí v Úrade pre Internet Svätej stolice.

Narodil sa v Santa Fe v Argentíne v roku 1965 a vyštudoval filozofiu a teológiu na seminári „Nuestra Señora“ v Santa Fe, kde bol v roku 1990 vysvätený za kňaza. Študoval za analytika informačných technológií v Santa Fe na Universidad Nacional del Litoral a pokračoval v štúdiu magisterského programu Business Administration na Universidad Politécnica v Madride. Nakoniec promoval v dogmatickej teológii so špecializáciou na teológiu komunikácie – na Pontificia Università della Santa Croce v Ríme.

Lucio Adrián Ruiz ricopre la carica di responsabile dell'Ufficio Internet della Santa Sede.

È nato a Santa Fe, in Argentina, nel 1965 ed ha studiato filosofia e teologia nel semina-

rio "Nuestra Señora" di Santa Fe, dove, nel 1990, è stato ordinato sacerdote. Ha studiato come analista delle applicazioni IT a Santa Fe, nell'Universidad Nacional del Litoral, conseguendo inoltre un master in Business Administration all'Universidad Politécnica di Madrid. Infine si è laureato in Teologia Dogmatica - con specializzazione in Teologia della Comunicazione - alla Pontificia Università della Santa Croce, a Roma.





La rete influenza con le sue caratteristiche tutta l'era contemporanea, definita anche digitale, che ha delle caratteristiche tipiche a sé stanti. Online tutto il mondo è alla pari. I media precedenti, come la TV, generavano un pubblico passivo dove l'utente si limitava a recepire. Oggi l'utente è un soggetto che ha il potere di far scatenare una forte reazione. La sua presenza online non è più indifferente per chi ha fatto un blog o per un grande giornale. Viene rovesciato il modello dell'organizzazione sociale. La società non è più organizzata solo da quelli che cercano di indirizzarla.

In questo mondo dove tutti sono uguali, chi sa argomentare meglio e chi sa utilizzare i media nel modo giusto, ha la forza di trascinare. Questo significa che internet non è autorevole. Chi ha più dimestichezza coi media riesce a fare audience. Il valore metafisico "parla chi sa" è ormai passato. Qui arriviamo al valore importante che forma la società - il valore intrinseco della verità. Internet ha fatto nascere il fenomeno della conoscenza pret-a-porter, ben rappresentato dall'esempio di Wikipedia. Uno può informarsi su tutto leggendo quattro righe. Le tesi universitarie diventano un copia

ed incolla del sapere pret-a-porter piuttosto che il risultato di una ricerca. Ciascuno deve essere quindi molto attento quando acquisisce un sapere. E per noi significa che non possiamo trascurare i media. Con Papa Benedetto XVI tutto ciò prende nuova vita perché, con i suoi recenti messaggi, colloca internet tra quei nuovi strumenti al servizio della Parola.

In che modo la Chiesa approccia la rete?

L'importante per noi non è il media, l'importante è trovare la persona ed arrivare alla persona. Non vogliamo utilizzare i media, noi vogliamo trovare l'uomo.

Per inserirci in questo contesto, noi dobbiamo imparare il linguaggio della cultura contemporanea. Ogni cultura è diversa. Quindi solo conoscendo il linguaggio del contesto si riesce ad inserire il proprio messaggio. I ragazzi delle nuove generazioni vanno dal prete con il computer sotto il braccio: è normale che questi ragazzi mettano direttamente online i loro contenuti. Noi dobbiamo imparare questo linguaggio di comunicazione per raccontare la bellezza

dei Cristo e diffonderla anche tra loro. Il prete, però non presiede questo spazio. In internet non si entra con un'autorità a priori, bisogna guadagnarsela. Quindi noi stiamo preparando le persone che entrano nel web, in modo che sappiano comunicare online e che lo sappiano fare bene. Perché le persone che chiedono cercano delle risposte che siano valide.

Quali strumenti usa il Vaticano per comunicare online?

La nostra bravura starà nel definire i punti forti dove si possano trovare i cardini della fede. Per esempio, se vuoi trovare un documento corretto e completo del Papa, esiste un solo sito web dedicato interamente al magistero del Papa - www.vatican.va.

Questo sito è l'immagine missionaria del Papa in formato digitale, in 8 lingue e con 500.000 pagine. L'area di maggiore attenzione è quella dedicata al Pontificato di Papa Benedetto XVI. Il calendario delle attività riporta tutti gli impegni con relativa documentazione: video, testi, fotografie. I testi sono pubblicati sul sito in tempo reale. Tutti i documenti sono raccolti secondo le specifiche tipologie.

rovnakými 20 000 dokumentmi v 6 jazykoch. Spravili sme z nich 100 000 kópií a poslali sme ich do Ázie, Afriky a Latinskej Ameriky.

Ako hodnotíte konferenciu Výzvy novej kultúry na Slovensku?

Bol som veľmi príjemne prekvapený touto udalosťou organizovanou slovenskou cirkvou a záujmom prejavovým z rôznych oblastí, od osobností politiky cez obchodnú komoru až po duchovenstvo. Je veľmi pekné, ako všetci, viac či menej kritickým spôsobom, chcú byť jej časťou. Za čo vám vzdávam uznanie a ďakujem.

Www.vatican.va genera in media tre milioni di contatti (non utenti) al giorno quando non ci sono eventi straordinari. L'orario di maggiore attività è tra le 15 e le 24 (ora di Roma). Le parole che portano i visitatori sul sito sono: vatican o vaticano, catholic, romano, osservatore, church, santa. Le visite sono solitamente a sfondo spirituale, mentre in caso di eventi speciali, come i viaggi del Papa, sono invece più giornalistiche e d'informazione generale.

Dobbiamo popolare la rete in maniera che ciascuno, un ragazzo o un anziano, ma anche uno scienziato o un malato, abbia un proprio canale. Recentemente abbiamo creato il profilo Twitter del Papa. Così come il Papa apre la finestra e comunica il suo messaggio, adesso avrà la possibilità di fare lo stesso tramite un suo tweet. Nonostante il profilo Twitter del Papa non fosse ancora stato annunciato, da un giorno all'altro, il numero dei suoi followers è salito a 5.000 persone. Questo ci fa capire che chi conosce il nostro messaggio e capisce il linguaggio di Twitter, segue i tweet del Papa. Il Papa ha parlato il linguaggio del pubblico moderno ed il pubblico ha gradito.

La nuova evangelizzazione quanto si



Pápež Benedikt XVI.

Papa Benedetto XVI

basa sui nuovi mezzi di comunicazione?

Molto. Ed è così in tutto il mondo. Dal Vaticano fino all'ultima parrocchia sperduta sulla Terra. Tutti usano i nuovi mezzi di comunicazione.

Un esempio concreto del progetto che abbiamo sviluppato per il clero a supporto della nuova evangelizzazione si chiama Clerus.org. Il sito contiene risorse multimediali e 20.000 documenti in sei lingue. Ma non ci siamo fermati qui, perché questo sito ha bisogno di una connessione a banda larga per poter essere consultato e internet arriva diversamente a New York o in un piccolo villaggio del Sud America. Abbiamo quindi sviluppato Clerus.net, dove abbiamo tolto tutte le immagini e gli effetti grafici per renderlo navigabile anche con un piccolo collegamento 33.6 kB/s. Ma non ci siamo fermati qui, abbiamo creato un programmino che divide il database di Clerus.org in messaggi da 160 caratteri, in maniera che con un telefonino sia possibile consultare tutto il database. Questo programmino ti manda via sms qualsiasi documento. Sicu-

ramente è difficilissimo leggere un'enciclica spezzettata in sms da 160 caratteri, però se ti trovi in un luogo dove non hai altro modo di procurartelo, puoi avere lo stesso il contenuto giusto e completo. E non ci siamo fermati lì. Magari c'è qualcuno che non ha assolutamente modo di collegarsi ed ha solo un vecchio computer. Abbiamo fatto un CD-ROM con gli stessi 20.000 documenti in sei lingue. Ne abbiamo fatte 100.000 copie e le abbiamo mandate in Asia, Africa ed America Latina.

Come valuta conferenza "Le sfide della nuova cultura" tenutasi in Slovacchia?

Sono rimasto piacevolmente colpito da tale evento organizzato dalla chiesa slovacca e dall'interesse manifestato dalle diverse personalità del campo politico, della Camera di Commercio e del Clero che vi hanno partecipato. È una cosa veramente bella come tutti, in maniera più o meno critica, vogliano farne parte. Ciò vi rende merito. Complimenti.

TALIANSKE OBCHODNÉ KOMORY V ZAHRANIČÍ

SIEŤ KVALIFIKOVANÝCH ODBORNÍKOV V OBLASTI INTERNACIONALIZÁCIE PODNIKOV

ALBÁNSKO
ARGENTÍNA
AUSTRÁLIA
BELGICKO
BRAZÍLIA
BULHARSKO
KANADA
ČILE
ČÍNA
HONG KONG
KOLUMBIA
JUŽNÁ KÓREA
KOSTARIKA
EKVÁDOR
EGYPT
SPOJENÉ ARABSKÉ EMIRÁTY
FRANCÚZSKO
NEMECKO
JAPONSKO
GRÉCKO
INDIA
IZRAEL
LUXEMBURSKO
MALTA
MAROKO
MEXIKO
NIKARAGUA
HOLANDSKO
PARAGUAJ
PERU
PORTUGALSKO
SPOJENÉ KRÁLOVSTVO
ČESKA REPUBLIKA
DOMINIKÁNSKA REPUBLIKA
MOLDAVSKO
RUMUNSKO
RUSKO
SRBSKO
SINGAPUR

SLOVENSKO

ŠPANIELSKO
SPOJENÉ ŠTÁTY
JUŽNÁ AFRIKA
ŠVÉDSKO
ŠVAJČIARSKO
THAJSKO
TUNISKO
TURECKO
MAĎARSKO
URUGUAJ
VENEZUELA

Tirana
Buenos Aires - Córdoba - Mendoza - Rosario
Adelaide - Brisbane - Melbourne - Perth - Sydney
Brusel
Curitiba - Florianopolis - Porto Alegre - Rio de Janeiro - Sao Paulo
Sofia
Montreal - Toronto - Vancouver
Santiago
Peking
Hong Kong
Bogota
Soul
San José
Quito
Káhira
Sharjah
Lyon - Marseille - Nice - Paríž
Frankfurt - Monako Bavorska
Tokio
Atény - Solún
Bombaj
Tel Aviv
Luxembursko
La Valletta
Casablanca
Mexiko City
Managua
Amsterdam
Asunción
Lima
Lisabon
Londýn
Praha
Santo Domingo
Kišiňov
Bukurešť
Moskva
Belehrad
Singapur

Bratislava

Barcelona - Madrid
Chicago - Houston - Los Angeles - Miami - New York
Johannesburg
Štokholm
Zürich
Bangkok
Tunis
Istanbul - Izmir
Budapešť
Montevideo
Caracas

76 OBCHODNÝCH KOMÔR
50 KRAJÍN
140 POBOČIEK
24.000 ČLENSKÝCH SPOLOČNOSTÍ
300.000 OBCHODNÝCH KONTAKTOV

Talianske obchodné komory v zahraničí hrajú vďaka hlbokým znalostiam miestnych trhov a hustej sieti členských spoločností zásadnú úlohu pri propagácii Made in Italy na celom svete. Každý rok talianske obchodné komory v zahraničí organizujú viac ako 2000 iniciatív a projektov s cieľom uľahčiť vstup a konsolidáciu talianskych podnikov na zahraničných trhoch.

SLOVENSKÁ EKONOMIKA RÁSTLA V POSLEDNEJ DEKÁDE V RÁMCI EÚ NAJRÝCHLEJŠIE VĎAKA PRIEMYSLU

*L'ECONOMIA SLOVACCA,
GRAZIE ALL'INDUSTRIA, È STATA
NELL'ULTIMO DECENNIO L'ECONOMIA IN PIÙ
RAPIDA CRESCITA NELL'UE*

Miroslav Štorkendl

Konvergencia slovenskej ekonomiky k ekonomikám západnej Európy sa v poslednom desaťročí zrýchlila. Spomedzi všetkých krajín EÚ rástla slovenská ekonomika v poslednej dekáde dokonca najrýchlejšie (v priemere o 4,9 % ročne).

Hlavným ťahúňom ekonomického rastu bol priemysel ťažiaci z prílevu zahraničného kapitálu a rastu produktivity práce. Priemyselná výroba zaznamenala v poslednom desaťročí v priemere dvojciferný medziročný rast (o 10,9 % ročne). Takmer polovica rastu ekonomiky tak pripadala práve na priemysel. Na raste ekonomiky v poslednom desaťročí sa však výraznejšie podieľalo aj stavebníctvo, obchod a energetika. Naopak, klesali odvetvia služieb v oblasti dopravy a skladovania, hotelov a stravovania. Z hľadiska priemyselných odvetví rástli najrýchlejšie spotrebná elektronika a automobilový priemysel, ktoré sa stali v priebehu posledného desaťročia ťažiskovými odvetviami slovenského hospodárstva.

Il processo di convergenza dell'economia slovacca verso le economie dell'Europa occidentale nell'ultimo decennio si è accelerato. Tra tutti i paesi dell'UE, l'economia slovacca ha ottenuto la maggior crescita negli ultimi dieci anni (in media del 4,9 % annuo).

Il traino principale della crescita econo-



Miroslav Štorkendl, člen predstavenstva UniCredit Bank

Miroslav Štorkendl, membro del Consiglio Direttivo UniCredit Bank

Relatívne dynamický rast však zaznamenala aj výroba ostatných dopravných prostriedkov, nábytku, či gumy a plastu. Najpomalší rast (blízky nule) vykázal textilný priemysel, ktorý zápasil so stratou medzinárodnej konkurencieschopnosti v dôsledku lacných ázijských

dovozov.

V rámci odvetví slovenského priemyslu sme mohli pozorovať posun k odvetviam s vyššou pridanou hodnotou. Rástli najmä high-tech odvetvia zamerané na farmaceutický priemysel a spotrebnú elektroniku, ale aj medium high-tech

mica è stata l'industria che ha beneficiato dell'afflusso di capitali esteri e della crescita della produttività del lavoro. La produzione industriale ha registrato nell'ultimo decennio mediamente un incremento annuo a doppia cifra (del 10,9 % annuo). Quasi la metà della crescita economica quindi viene attribui-

ta all'industria. Nell'ultimo decennio hanno contribuito alla crescita economica con una quota più significativa anche l'edilizia, il commercio e il settore dell'energia. Nel settore del trasporto e stoccaggio, come in quello alberghiero e in quello della ristorazione è stato registrato invece un calo.

odvetvia ako napr. chemický, strojársky priemysel, či výroba dopravných prostriedkov. Ich podiel na pridanej hodnote priemyslu sa v priebehu posledných desiatich rokov zvýšil z približne 25 % v roku 2000 na takmer 40 % v roku 2010. Naopak, klesal podiel low-tech odvetví, ktoré sú svojou produkciou orientované najmä na domáci trh (potraviny, spracovanie dreva, textil). Exportná závislosť slovenského priemyslu tak rástla. Kým v roku 2000 tvorili tržby zo zahraničia približne 46 % celkových tržieb slovenského priemyslu, v roku 2011 to bolo už 64 %. Rast slovenskej ekonomiky bol ťahaný najmä rastúcim zahraničným dopytom. Rozhodujúcim faktorom, ktorý umožnil slovenským firmám uspieť na zahraničných trhoch bola rastúca produktivita práce. Tá výrazne rástla najmä v priemysle (v priemere o 11,8 % ročne). Pri približne rovnakom počte zamestnancov sa pridaná hodnota slovenského priemyslu za posledných desať rokov takmer strojnásobila. Výrazný rast produktivity práce dostal Slovensko na čelo rebríčka krajín strednej a východnej Európy. Produktivita práce je v porovnaní s ostatnými krajinami regiónu vyššia najmä v priemysle. Relatívne vysoká produktivita práce by mohla byť dobrým základom aj pre budúci

rast ekonomiky a udržanie si medzinárodnej konkurencieschopnosti. Ak by slovenská ekonomika využívala svoje pracovné sily rovnako ako Česká republika a Slovinsko, t. j. krajiny s najvyšším HDP na obyvateľa v regióne SVE, HDP Slovenska by bolo o 12 % vyššie ako HDP Českej republiky a o 2 % vyššie ako HDP Slovinska. Vzhľadom na veľké zásoby nevyužitej pracovnej sily, Slovensko by relatívne rýchlo predbehlo krajiny ako Česká republika alebo Slovinsko v HDP na obyvateľa v parite kúpnej sily, ak by dodatočné investície v budúcnosti zefektívniť využitie existujúcich pracovných síl. Slovensko by sa tak mohlo stať najbohatšou krajinou SVE.

Podiel na tomto raste mal aj slovenský bankový sektor. Banky na Slovensku hospodárili zodpovedne, ani počas krízy nepotrebovali štátnu pomoc - ako tomu bolo v mnohých krajinách - a tvorili zisk, čím jednak vytvárali dodatočné zdroje na financovanie ekonomiky, a zároveň posilňovali svoju kapitálovú vybavenosť pre lepšie zvládanie krízových situácií.

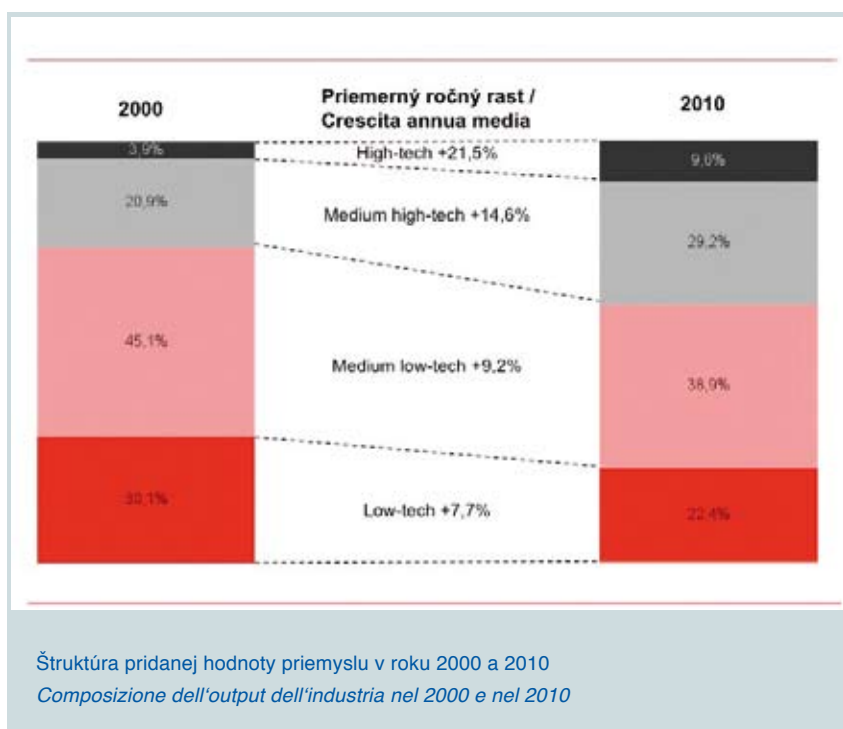
Dostatočne likvidný bankový sektor je dôležitým predpokladom aj budúceho rastu. Vklady v bankovom sektore na Slovensku narástli o 10 mld. EUR od konca roku 2006 a to z 93 % na vkladoch občanov.

**Za posledných
10 rokov
pripadala
takmer polovica
rastu ekonomiky
na priemysel**

*Quasi la metà
della crescita
economica slovacca
nell'ultimo
decennio viene
attribuita all'industria*

Toto je tiež dôkaz, že dynamický rast ekonomiky sa skutočne prejavil aj do rastu bohatstva slovenských občanov.

Netreba zabúdať, že občania majú ďalšiu významnú časť svojich zdrojov uložených v II. a III. pilieri ako aj v podielových fondoch v celkovom objeme okolo 8,3 mld. EUR, kde pred desiatimi rokmi bola veľmi malá suma. Celkový objem finančných zdrojov občanov od roku 2000 sa takmer strojnásobil.



Nell'ambito dell'industria, i settori con la più rapida crescita sono stati l'elettronica di consumo e l'industria automobilistica, che sono diventati nel corso dell'ultimo decennio settori portanti dell'economia slovacca. Una crescita relativamente dinamica è stata registrata anche nella produzione di altri mezzi di trasporto, di mobili, di gomma e materie plastiche. La crescita più lenta (vicina allo zero) è stata registrata nell'industria tessile che ha lottato con la perdita della competitività internazionale a causa delle importazioni di prodotti asiatici a basso costo.

Nell'ambito dei settori industriali in Slovacchia si è verificato uno spostamento verso i settori a più alto valore aggiunto. Sono cresciuti soprattutto i settori high-tech orientati all'industria farmaceutica e all'elettronica di consumo ma anche i settori medium high-tech, come ad esempio l'industria chimica, l'industria meccanica oppure la produzione dei mezzi

di trasporto. La loro quota nel valore aggiunto dell'industria è aumentata negli ultimi dieci anni, da circa il 25 % nel 2000 a circa il 40% nel 2010. È calata invece la quota dei settori low-tech, la cui produzione è orientata soprattutto al mercato interno (alimentari, lavorazione del legno, tessile). La dipendenza dell'industria slovacca dalle esportazioni è quindi cresciuta. Mentre nel 2000 i ricavi dall'estero hanno rappresentato circa il 46 % dei ricavi totali dell'industria slovacca, nel 2011 sono saliti fino al 64 %. La crescita dell'economia slovacca è stata trainata soprattutto dalla crescente domanda estera. Il fattore decisivo che ha consentito alle società slovacche di raggiungere il successo sui mercati esteri è stata la crescente produttività del lavoro che è cresciuta significativamente soprattutto nell'industria (in media dell' 11,8 % all'anno). Negli ultimi dieci anni il valore aggiunto dell'industria slovacca si è quasi triplicato senza aumentare il numero dei dipendenti. La crescita significativa della produttività del lavoro ha portato la Slovacchia nella prima linea dei paesi dell'Europa centrale ed

orientale. La produttività del lavoro, in confronto con altri paesi della regione, è maggiore soprattutto nell'industria. La produttività relativamente elevata del lavoro potrebbe essere una buona base anche per la futura crescita dell'economia e per mantenere la competitività internazionale.

Se l'economia slovacca utilizzasse la sua forza lavoro al pari di Repubblica Ceca e Slovenia, cioè i paesi con il più alto PIL pro-capite nella regione dell'Europa centrale e orientale, il PIL della Slovacchia sarebbe superiore del 12% rispetto a quello ceco e del 2% rispetto a quello sloveno. Ciò implica che, se in futuro investimenti aggiuntivi rendessero più efficiente l'utilizzo delle forze di lavoro esistenti, la Slovacchia sorpasserebbe Repubblica Ceca e Slovenia in termini di PIL pro-capite espresso a parità di potere d'acquisto, diventando quindi il paese più ricco dell'Europa centrale e orientale. Anche il settore bancario ha contribuito a questa crescita. Le banche in Slovacchia sono state gestite in modo responsabile e non hanno avuto bisogno di aiuto da parte dello Stato neanche durante la crisi,

così come avvenuto in molti paesi.

I profitti che le banche hanno realizzato sono serviti per rafforzare la propria dotazione di capitale per una migliore gestione delle situazioni di crisi e per generare risorse aggiuntive per finanziare l'economia. Un settore bancario sufficientemente liquido è un presupposto importante anche per la futura crescita. I depositi nel settore bancario in Slovacchia sono aumentati di 10 mld. di Euro rispetto alla fine del 2006, dei quali il 93 % costituiti da depositi dei privati. Ciò costituisce una prova che la crescita dinamica dell'economia si è veramente riflessa nella crescita della ricchezza dei cittadini slovacchi.

Non si deve dimenticare che un'altra parte significativa delle risorse dei cittadini è depositata sui pilastri II e III ed anche sui fondi comuni di investimento, per un volume totale di circa 8,3 mld. di Euro, mentre, dieci anni fa, era una somma molto più esigua, tanto che dal 2000 il totale delle risorse finanziarie dei cittadini si è quasi triplicato.



UniCredit Bank patří mezi TOP lídrov vo financovaní firemného bankovníctva, ktoré rastie najrýchlejšie najmä v segmente veľkých a stredne veľkých firiem:

Financuje priemyselnú výrobu (14 % tržový podiel k 12/2011) - z nej najmä spotrebnú elektroniku (42 %), výrobu dopravných prostriedkov (23 %), spracovanie gúmy a plastov

UniCredit Bank fa parte dei TOP leader nel finanziamento corporate banking, settore che cresce più velocemente soprattutto nel segmento delle grandi e medie imprese:

Finanzia la produzione industriale (con una quota di mercato del 14% al 12/2011) - in particolare la produzione di elettronica di consumo (42 %), la produzione di mezzi di trasporto (23 %), la lavorazione di gomme e plastiche (15 %), le industrie del legno e della carta (13 %). Il finanziamento della produzio-

(15 %), drevospracujúci a papierenský priemysel (13 %), Financovanie priemyselnej výroby tvorí 19 % nášho firemného úverového portfólia.

Okrem priemyslu financuje energetiku - najmä obnoviteľné zdroje (s tržovým podielom na financovaní obnoviteľných zdrojov 24 %) , dopravu a skladovanie (17 %), farmaceutický priemysel a podobne.

Je lídrom v segmente poľnohospodárstva s tržovým podielom 26 %, kde spolupracuje s viac ako 2 300 klientmi a financuje agroktor v celkovom objeme viac ako 200 mil. EUR.

ne industriale forma il 19% del nostro portafoglio di crediti alle imprese.

Oltre alle industrie, UniCredit Bank finanzia anche il settore alberghiero e quello della ristorazione, la produzione di energie - soprattutto da fonti rinnovabili (con una quota di mercato del 24%), i trasporti e lo stoccaggio (17 %).

Leader nel segmento agricolo, con una quota di mercato (26 %), ove collabora con più di 2300 clienti e finanzia l'agrosettore per un totale di oltre 200 milioni di EURO.

Je bankou pre zahraničných investorov. Je súčasťou UniCredit, vedúcou európskou bankou so silnými koreňmi v 22 krajinách a s medzinárodnou sieťou zahrňujúcou 50 krajín celého sveta. Táto medzinárodná pozícia jej umožňuje poskytovať zahraničným investorom servis, na aký sú zvyknutí vo svojich domovských krajinách.

Podľa prieskumu spokojnosti firemných klientov si UniCredit Bank potvrdila vedúcu pozíciu na trhu.

È una banca per investitori stranieri. Fa parte dell'UniCredit, banca leader in Europa con forti radici in 22 paesi e con una rete internazionale che comprende 50 paesi in tutto il mondo. Tale posizione internazionale le permette di fornire agli investitori stranieri servizi a cui sono abituati nei rispettivi paesi.

Secondo l'indagine sulla soddisfazione dei clienti aziendali la UniCredit Bank ha confermato la sua posizione dominante nel mercato.

PLÁNY NOVEJ VLÁDY SR

PROGETTI DEL NUOVO GOVERNO SLOVACCO



Vladimír Dohnal

Strana Smer presvedčivo vyhrala marcové predčasné parlamentné voľby a jej šéf Robert Fico zostavil vládu. Spomedzi 14 jej členov štyria nie sú členmi strany a do vlády vstúpili ako nestraníci (Tomáš Malatinský – hospodárstvo, Miroslav Lajčák – zahraničné veci, Tomáš Borec – spravodlivosť a Zuzana Zvolenská – zdravotníctvo). Napriek presvedčivému víťazstvu Smer deklaroval snahu konzultovať jednotlivé opatrenia so zástupcami opozície, odborov, zamestnávateľov, samospráv, akademikov, vedcov, tretieho sektora či cirkvi. Zriadil preto Radu

solidarity a rozvoja SR, v ktorej okrem zástupcov vlády sedia aj reprezentanti 15 organizácií. Ide o jednu z častí novej stratégie strany Smer aj Roberta Fica, ktorá sa prejavuje aj oveľa väčšou ústretovosťou k médiám. Strana

Smer pritom ostáva v prieskumoch verejnej mienky stále veľmi populárna, napriek navrhovaným nepopulárnym konsolidačným opatreniam. Vláda tieto opatrenia formuluje tak, aby mali podporu širokej verejnosti – komunikuje



[© Foto Tlačový odbor strany SMER]

Il partito Smer ha vinto in modo convincente le elezioni parlamentari anticipate tenutesi in marzo. Il Presidente del partito Robert Fico ha potuto formare un governo monocolore. Tra i suoi 14 ministri sono dieci i membri del partito di governo, mentre quattro sono tecnici indipendenti (Thomas Malatinsky - Economia, Miroslav Lajcak - Affari Esteri, Tomas Borec - Giustizia e Zuzana Zvolenska - Salute). Nonostante una schiacciante vittoria, il partito Smer ha dichiarato l'intenzione di concertare varie azioni con i rappresentanti dell'opposizione, i sindacati, i datori di lavoro, le amministrazioni locali, gli accademici, le personalità scientifiche, il settore delle ONG e quello delle religioni. Pertanto

Robert Fico, predseda vlády Slovenskej republiky

Robert Fico, Presidente del Consiglio dei Ministri

Vladimír Dohnal

Vladimír Dohnal, riaditeľ Symsite Research.

V roku 1994 založil spoločnosť Symsite Research, ktorá sa postupne vyprofilovala na popredného poskytovateľa poradenských služieb v oblasti biznisu a sektorových analýz na slovenskom trhu.

Od roku 1998 prispieva do rôznych správ a prognóz o stave národného hospodárstva a pri vypracovávaní profilu krajiny.

Ha creato la propria azienda, Symsite Research, nel 1994. L'impresa si è sviluppata fino a divenire una società leader in Slovacchia nella business intelligence e nelle analisi di settore.

Fin dal 1998 ha contribuito a vari studi dell'Economist Intelligence Unit, compresi il Country Report, il Country Forecast ed il Country Profile.



è stato costituito il Consiglio per la solidarietà e lo sviluppo della Repubblica Slovacca, nel quale sono presenti, oltre a quelli del governo, i rappresentanti di 15 organizzazioni. Questa è una parte della nuova strategia del partito Smer e del suo presidente Robert Fico che si riflette anche in un approccio molto più aperto verso i media. Il partito Smer rimane nei sondaggi molto popolare nell'opinione pubblica, nonostante l'impopolarità delle misure di risanamento proposte. Il Governo formula queste misure in modo tale da avere un ampio sostegno dell'opinione pubblica - in particolare comunicando il messaggio che le misure in questione riguarderanno principalmente le persone

najmä fakt, že opatrenia sa budú týkať najmä bohatých ľudí a firiem. Až 69% Slovákov napr. podporuje zrušenie rovnej dane a zavedenie vyšších daní pre bohatých.

Vláda po širokej diskusii v polovici júna predstavila svoj konsolidčný balík – 22 opatrení, ktoré majú budúci rok skresť deficit verejných financií o 1,5 mld. EUR. Balíček obsahuje nové a vyššie dane za 1,2 mld. EUR, zmenšenie druhého piliera má priniesť 0,5 mld. EUR a šetrenie výdavkov a znižovanie plátov 0,6 mld. EUR. Spolu ide o opatrenia za 2,3 mld. EUR, vláda tak možno nezrealizuje všetky opatrenia, resp. bude mať priestor mínať na svoje priority.

Medzi hlavné opatrenia patria rozšírenie bankového odvodu na retailové vklady (prínos 125 mil. EUR v roku 2013) a mimoriadny odvod bánk (50 mil. EUR). Podobne chce vláda zaviesť špeciálny odvod pre regulované firmy (77 mil. EUR). Vláda budúci rok tiež zvýši daň z príjmu právnických osôb zo súčasných 19% na 23%. Pri dani

z príjmu fyzických osôb zavedie druhé daňové pásmo, v ktorom zdaní príjmy nad 3 246 EUR mesačne sadzbou 25%. Druhé daňové pásmo je skôr symbolickým gestom, keďže sa má dotknúť iba 1% zamestnancov. Táto malá skupina zamestnancov už v súčasnom daňovom systéme zaplatí takmer 20% výnosov dane z príjmu fyzických osôb. Oveľa vyšší príjem zrejme prinesie zjednotenie vymeriavacích základov na platenie všetkých sociálnych, zdravotných a penzijných odvodov. Strop pre tieto odvody sa zvýši na 5-násobok priemernej mzdy v ekonomike.

Vláda zvýši aj zdravotné odvody, ktoré majitelia firiem platia z dividend. V súčasnosti sa platia zdravotné odvody vo výške 10%, maximálne 2 700 EUR ročne. Vláda chce odvod zvýšiť na 14% a strop zvýšiť na 14 000 EUR ročne. Strop by sa mal navyše vzťahovať na každú firmu osobitne, t.j. ak si niekto vypláca dividendy z viacerých firiem, zdravotný odvod zaplatí z každej z nich. Opatrením s najväčším dosahom

Daň z príjmu právnických osôb sa zvýši na 23%

L'imposta sul reddito delle persone giuridiche aumenterà al 23%

ricche e le imprese. Ad esempio, il 69% degli slovacchi supporta l'abrogazione della flat tax e l'introduzione di tasse più alte per i ceti più abbienti.

Il Governo, dopo un'ampia discussione a metà giugno, ha annunciato il suo pacchetto di risanamento - 22 misure per ridurre il disavanzo pubblico del prossimo anno di 1,5 miliardi di euro. Il pacchetto include nuove e più alte tasse che aumentano di 1,2 miliardi di euro, una riduzione del secondo pilastro del fondo pensione per risparmiare 0,5 miliardi di euro ed una riduzione dei costi dell'amministrazione pubblica e degli stipendi che dovrebbe far risparmiare 0,6 miliardi di euro. Insieme si tratta di misure per un ammontare di 2,3 miliardi di euro. Il governo probabilmente non attuerà tutte le misure presentate, ottenendo il margine da poter spendere nelle sue priorità del programma.

Le principali misure includono l'estensione del contributo delle banche sui prelievi dei depositi al dettaglio (ricavo di 125 milioni di euro nel 2013) e l'introduzione di un prelievo speciale alle banche (50 mil. di euro). Allo stesso modo, il Governo vuole introdurre una



Druhá vláda Róberta Fica vymenovaná 4. apríla 2012
 Il secondo Governo di Robert Fico, nominato il 4 aprile 2012

na verejné financie ale bude zníženie príspevkov do druhého dôchodkového piliera zo súčasných 9% na 4% hrubej mzdy. Sporitelia si budú môcť z vlastných príjmov doplácať ďalšie 2% mzdy, o ktoré

sa im zníži základ dane. Pre nižšie príspevky do druhého piliera bude musieť vláda nižšou sumou dotovať prvý, priebežný dôchodkový pilier. Znížia sa jej tak výdavky o 600 mil. EUR. V budú-

nosti však bude mať štát vyššie výdavky na platenie dôchodkov z prvého piliera. Zníženie odvodov do druhého piliera bude vláda kompenzovať penzijným správcom DSS zvýšením poplatkov, ktoré môžu od klientov vyberať. Vláda plánuje budúci rok ušetriť na svojich výdavkoch asi 600 mil. EUR. Konkrétne plány zatiaľ nepredstavila. Jedným z opatrení je pokles výdavkov na mzdy o 5%, čo ušetrí 30 mil. EUR. Pôjde už o piaty rok po sebe, čo sú platy vo verejnej správe zmrazené, resp. sa znižujú (v roku 2011 klesli výdavky na mzdy o 10%). Podľa súčasnej vlády je tak už priestor na plošné škrtý vyčerpaný. Selektívne škrtý vďaka reforme verejnej správy nastanú až v roku 2014. Ďalších 100 mil. EUR chce vláda ušetriť na verejnom obstarávaní. Zrušiť chce investície, ktoré nie sú nevyhnutné na fungovanie úradov.

tassa speciale per le imprese regolamentate (77 mil. di euro).

Il governo l'anno prossimo aumenterà anche l'imposta sul reddito delle persone giuridiche dall'attuale 19% al 23%. Sarà introdotta la così detta seconda fascia tassabile che riguarderà le persone fisiche il cui reddito imponibile supera i 3.246 di euro mensili. L'imposta sul reddito di queste persone fisiche aumenterà al 25%. L'introduzione della così detta seconda fascia tassabile è più un gesto simbolico, dal momento che colpirà solo l'1% dei dipendenti. Questo piccolo gruppo di dipendenti, già presenti nel sistema fiscale attuale, paga quasi il 20% di prelievo fiscale sul reddito personale. Un reddito molto più elevato porterebbe all'unificazione della base imponibile per calcolare l'ammontare dei contributi sociali per l'assistenza sanitaria e le pensioni. Il massimale per tali contributi sarà aumentato ad un livello del quintuplo del salario medio nell'economia.

Il governo aumenterà anche i contributi per l'assistenza sanitaria che gli imprenditori pagheranno sui dividen-

di. Attualmente, i contributi per la sanità ammontano al 10% e, comunque, non superano i 2.700 di euro l'anno. Il governo vuole aumentare il prelievo al 14% ed aumentare il massimale a 14.000 € annui. Il massimale dovrebbe valere per ogni società separatamente, vale a dire: se qualcuno riceve i dividendi da diverse aziende, dovrà versare i contributi per l'assistenza sanitaria per ciascuna di esse.

Il provvedimento con maggiore impatto sulle finanze pubbliche ridurrà i contributi del secondo pilastro pensionistico dall'attuale 9% al 4% del salario lordo. I risparmiatori potranno versare nel secondo pilastro pensionistico un ulteriore 2% del salario, riducendo così la loro base imponibile. Il minor gettito che perverrà al secondo pilastro comporterà una riduzione dell'importo che il governo deve versare nel primo pilastro pensionistico. Lo stato ridurrà così la propria spesa di 600 milioni di euro. In futuro, però, avrà una spesa pubblica più alta per le pensioni da pagare relativamente al primo pilastro. Gli amministratori dei fondi pensione

privati potranno compensare la riduzione dei contributi statali al secondo pilastro con un aumento dei contributi dai clienti.

Il governo prevede per il prossimo anno un risparmio sulle spese della pubblica amministrazione di circa 600 milioni di euro. Non è stato ancora presentato alcun piano concreto. Una misura prevede il calo del 5% sulle spese per gli stipendi pubblici, che farà risparmiare 30 milioni di euro. Sarà il quinto anno consecutivo in cui gli stipendi degli impiegati pubblici rimangono congelati o addirittura diminuiscono (nel 2011 è diminuita la spesa per gli stipendi del 10%). L'attuale governo sostiene che lo spazio per i tagli generalizzati in questa area sia esaurito. Tagli selettivi saranno attuati attraverso la riforma della pubblica amministrazione prevista nel 2014. Il governo vuole risparmiare altri 100 milioni di euro sugli appalti di gara. Vuole annullare gli investimenti che non sono essenziali al funzionamento degli uffici pubblici.

NASTAL ČAS ZAOSTRITĽ NA NOVÉ SPÔSOBY PODNIKANIA

È IL MOMENTO GIUSTO PER INNOVARE I MODELLI DI BUSINESS

Boris Golob

Niečo divné sa deje! Všimli ste si? Impériá a bohatstvo vznikajú z *vecí zadarmo*, výrobkov a služieb, ktoré nič nestoja. Aerolinky „low-cost“ vykazujú vyššie zisky a lepšie výsledky úrovne spokojnosti zákazníkov ako tie normálne.

Produkty na mieru sú vyrábané s účinnosťou sériovej výroby, firmy urobili zo zákazníkov dodávateľov, konkurenti sa stali partnermi, výrobcovia počítačového hardvéru predávajú hudbu a výrobcovia automobilov sa snažia vytvoriť svet, v ktorom ľudia nebudú musieť kupovať auto.

Dalo by sa povedať, že všetky tieto trendy sú absurdné, dalo by sa povedať, že tu u nás sa to nemôže stať, ale takýto postoj vám určite nepomôže rozvíjať vaše podnikanie a prosperovať, vlastne vám nepomôže zostať ani len nad hladinou.

Doteraz sa ľudia koncentrovali na inováciu a hľadanie nových technológií, produktov a služieb či podnikových procesov. Teraz nastal čas zaostriť pozornosť na obchodné modely a nové spôsoby podnikania.



MACHINE No. 17-1

V skutočnosti nie je inovácia biznis modelu nič nové a hlavne nie je o informačných technológiách! Informačné technológie možno veci urýchlili, ale inovácia obchodných modelov existuje už veky. Jednoducho nám však chýbali nástroje na pochopenie tohto procesu. Výrobca šijacích strojov Singer bol prvá nadnárodná spoločnosť, nie preto, že mala dobrý produkt, ale vďaka ich obchodnému modelu. Gillette, Ford, Kodak, Google,

Swatch, Wikipedia, Sun Edison, Wal-Mart, IKEA, Apple, Xerox, Skype, Amazon, Craigslist a ďalšie sú len niektoré celosvetové príklady toho, čo Business Model Innovation dokáže.

V čom sa tieto spoločnosti odlišili, aby boli výnimočné? Najmenej v troch veciach - po prvé, všetci mali dobrý výrobok (alebo službu). Stali sa však výnimočnými, pretože ich produkt bol podporený

výnimočným biznis modelom. Po druhé, z nejakého dôvodu nemohli alebo nechceli jednoducho kopírovať konkurenciu. Vymysleli nové spôsoby podnikania. A po tretie, využili šancu - prijali určité riziko a experimentovali. Niekedy preto, že chceli experimentovať, niekedy preto, že to bola ich jediná šanca. Vyplatilo sa!

Takže čo to vlastne je biznis model (BM) alebo obchodný model? Jednoducho povedané je to *váš spôsob podnikania* alebo racionálne zdôvodnenie, ako vytvárate hodnotu pre vašich zákazníkov, ako k nim túto hodnotu dostanete a ako vytvárate zisk.

Dnes môžete popísať váš BM prostredníctvom vynikajúceho a jednoduchého nástroja vyvinutého Dr. Alexandrom Osterwalderom. Jeho model je založený na deviatich stavebných prvkoch, ktoré umožňujú vysvetliť a znázorniť kľúčové aspekty biznis modelu veľmi jednoduchým spôsobom a na jednej jedinej strane. Nástroj sa volá „The Business Model Canvas“ (Šablóna biznis modelu) a môžete ho nájsť na www.businessmodel-generation.com (alebo si ho jednoducho vygooglite).

Prvým krokom je definícia vášho zákazníka – **Customer** -, pre kto-

rého chcete vytvárať hodnotu, ktorý bude používať vaše produkty a služby. Zadefinujte, kto sú títo ľudia, a v ktorých situáciách používajú váš produkt alebo službu. Nejde pritom len o priamych zákazníkov, ale aj o užívateľov, ľudí, ktorí majú z vášho výrobku osoh aj keď ho nekúpili, či sprostredkovateľov.

Druhým krokom je vysvetliť vašu - **Value Proposition** – vašu ponuku, produkty a služby, ktoré reagujú na potreby vašich zákazníkov. Vždy je vhodné opýtať sa, ktorý problém zákazníčkovi pomáhajú vaše produkty alebo služby riešiť. Pojmy ako *Job to be done* a *Strategy canvas and value curve* sú veľmi užitočné pri vysvetľovaní vašej hodnotovej propozície a pre pochope-

nie, s kým o peniaze a pozornosť zákazníkov súperíte. Nie sú to len vaši priami konkurenti. Nahraditeľné produkty z iných odvetví a mimo spotrebiteľské okolnosti sú tiež veľmi dôležité a mali by byť brané do úvahy.

Tretí stavebný blok vášho nového BM je tak samozrejмый, že podnikatelia naň často zabúdajú pri vytváraní inovatívnej stratégie vstupu na trh - **Distribution Channels** – alebo distribučné kanály. Ako sa chcú cieľoví zákazníci dostať k vášmu produktu? Aké distribučné kanály máte k dispozícii, ktoré sú najviac nákladovo efektívne a ktoré by mohli byť začlenené medzi rutinné úkony vašich zákazníkov?

Štvrtým prvkom je - **Customer Relations** – čiže vzťahy so zákazníkmi. Je to spôsob, ako chcú byť naši zákazníci kontaktovaní a informovaní. Vyberte si jednorazové alebo dlhodobé vzťahy so zákazníkmi, individuálnu komunikáciu alebo komunikáciu prostredníctvom masových komunikačných kanálov, jednosmernú komunikáciu alebo dialóg či komunitu.

Po prvých štyroch blokoch sme schopní vysvetliť piaty blok - **Revenue Streams** – tok príjmov alebo váš spôsob vytvárania zisku. Koľko, ako, kedy a prečo vám zákazníci zaplatia. Sú zákazníci, ktorí

Inovácia biznis modelu nie je o informačných technológiách

L'innovazione dei modelli di business non riguarda le nuove tecnologie informatiche

Sta succedendo qualcosa di strano! Avete notato? Imperi e fortune sono costruiti su “merce gratis” – vale a dire prodotti e servizi che non vi costeranno nulla. Le compagnie aeree “Low-cost” sono più vantaggiose ed ottengono livelli di soddisfazione della clientela più elevati rispetto a quelli delle compagnie di bandiera. Prodotti esclusivi sono realizzati con l'efficienza della produzione di massa, le aziende trasformano i clienti in fornitori, i concorrenti sono diventati partner (a loro insaputa), i produttori di hardware ora vendono canzoni e melodie, le case automobilistiche vogliono creare un mondo in cui la gente non abbia bisogno di acquistare una macchina ...

Potreste obiettare che tutto ciò sia assurdo, potreste anche dire “non acca-

drà qui”, ma questo tipo di atteggiamento non vi aiuterà a far crescere e prosperare il vostro business, anzi non vi aiuterà nemmeno a rimanere a galla.

Fino ad ora abbiamo esplorato e creato nuove tecnologie, nuovi prodotti e servizi ed abbiamo sviluppato processi aziendali innovativi. Ora è il momento d'iniziare a trattare i business models (BM) ed i nuovi modi di fare affari.

In realtà, l'innovazione dei modelli di business non è qualcosa di nuovo e non riguarda solamente le nuove tecnologie informatiche. Certo, “l'Innovation Technology” potrebbe rendere tutto più veloce, ma l'evoluzione e l'innovazione dei modelli di business esistono da una vita, solo che non avevamo gli strumenti adatti per capirlo.

La Singer, produttrice di macchine da cucire, fu la prima multinazionale, non soltanto grazie al suo buon prodotto, ma anche per merito del suo modello di business. Gillette, Ford, Kodak, Google, Swatch, Wikipedia, Sun Edison, Wal-Mart, IKEA, Apple, Xerox, Skype, Amazon, Craigslist ... sono alcuni esempi di ciò che l'innovazione del business model può fare.

Qual è la peculiarità che ha permesso a queste aziende di diventare grandi? Almeno tre cose: in primo luogo, tutti avevano un buon prodotto (o servizio), ma sono diventati grandi perché il loro prodotto ha acquisito forza attraverso il modello di business. In secondo luogo, per qualche ragione, non potevano o non volevano semplicemente copiare dai concorrenti ed

dostanú výrobok zadarmo a kto to za nich zaplatí? Platby sa opakujú, sú jednorázové alebo využívate predplatné?

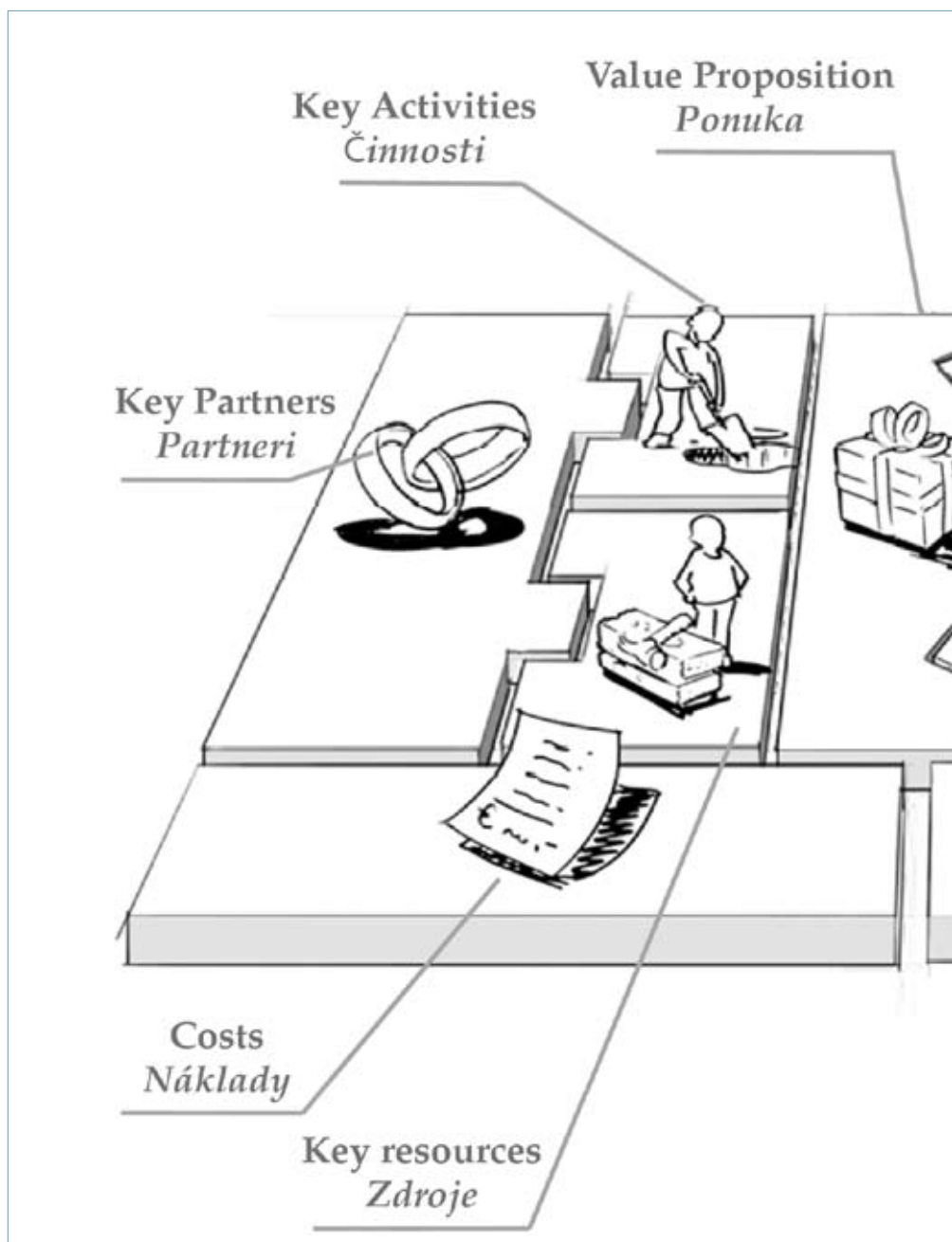
Zákazníci, distribučné kanály, vzťahy so zákazníkmi a tok príjmov sú prvky na pravej strane hodnotovej propozície šablóny vášho biznis modelu a sú obvykle viditeľné pre zákazníkov a konkurenciu. Na ľavej strane sú prvky, ktoré nie sú tak viditeľné, ale zato nemenej dôležité.

Key Resources - kľúčové zdroje sú šiesty stavebný kameň BM a popisujú, čo potrebujete pre tvorbu pridanej hodnoty, zabezpečenie distribúcie alebo komunikácie so zákazníkmi. Môžu to byť zdroje hmotné (kancelárie, nákladné automobily, továrne), nehmotné (značky, patenty, znalosti), ľudské, finančné ...

Ďalším krokom je definícia - **Key Activities** - kľúčových aktivít. Čo musíte urobiť, aby ste zo zdrojov vytvorili hodnotu? Výskum, výrobné kapacity, marketing, autorské práva ...

Samozrejme, občas si nemôžete dovoliť niektoré prostriedky, alebo nemáte znalosti vykonávať

hanno così inventato nuovi modi di fare business. Infine, hanno colto l'occasione - hanno dovuto correre qualche rischio e sperimentare - a volte perché volevano sperimentare, a volte perché era la loro unica possibilità - ma sono state ben ripagate! Quindi il business model cosa rappresenta? In parole povere - è "il tuo modo di fare business" ovvero il fondamento logico sul quale crei valore per i futuri clienti, come trasferisci a loro quel valore e come ottieni i profitti. Potete descrivere il vostro BM attraverso un modello semplice e geniale sviluppato dal Dr. Alexander Osterwalder. Il suo modello si basa su nove blocchi che consentono di spiegare e visualizzare gli aspetti chiave del modello di business in modo semplice su un modello chiamato "The Canvas business model" (CBM), che si può trovare anche su: www.businessmo-



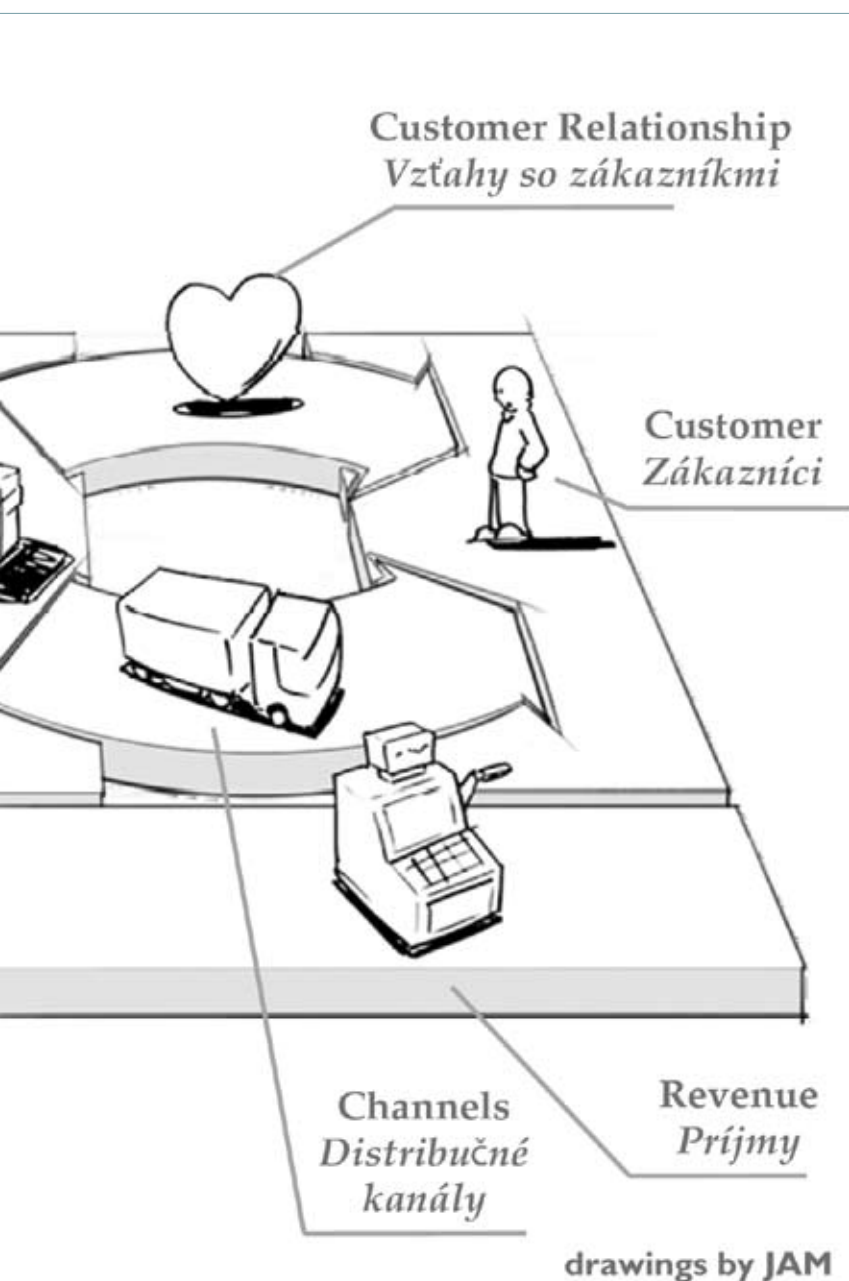
Šablóna biznis modelu, Osterwalder, Pigneur & al. 2010 www.businessmodelgeneration.com
Business Model Canvas, Osterwalder, Pigneur & al. 2010 www.businessmodelgeneration.com

delgeneration.com (o semplicemente cercando su Google).

Il primo passo è la definizione dei clienti per i quali state creando valore, chi userà i vostri prodotti e servizi, che tipo di persone ed in quali circostanze. Questi potrebbero non essere solamente consumatori diretti, ma anche semplici utilizzatori, beneficiari ed intermediari.

Il secondo passo è quello di spiegare la **proposta di valore** (Value Proposition) – in cosa consiste l'offerta, prodotti e servizi che soddisfino le ne-

cessità dei consumatori che puntate a conquistare. È sempre utile chiedersi quali potrebbero essere i possibili problemi che il cliente incontrerà e cercare di risolverli. Concetti come "lavoro da fare" e "quadro strategico o curva di valore" sono molto utili per spiegare sia la proposta di valore, sia quali sono i competitors contro i quali vi state contendendo le attenzioni ed il denaro dei consumatori (non solo concorrenti diretti, ma anche prodotti sostitutivi facenti parte di altri settori e circostanze di non consumo sono molto importanti da tenere in considerazione).



niektoré činnosti, alebo je oveľa lacnejšie a efektívnejšie vyriešiť to prizvaním partnerov. **Key Partners** - kľúčoví partneri vám pomôžu optimalizovať vaše investície, využiť efekt úspor z rozsahu, zrýchliť vstup na trh, rásť rýchlejšie ...

Na záver, zdroje, činnosti a partneri sú potrebné vstupy pre konečný stavebný kameň vášho BM - **Cost Structure** - štruktúru nákladov. Tu leží odpoveď na otázku, či je váš model založený na pevných alebo variabilných nákladoch, či sa môžete spoľahnúť na úspory z rozsahu, či vás viac ovplyvňuje tvorba hodnoty alebo náklady, ktoré prvky vášho BM sú najdrahšie a či sú relevantné, ktoré sú kritické pri tvorbe



sarà a pagarla? Si tratta di pagamenti che ricorrono una tantum o sono prolungati nel tempo?

Consumatori, canali distributivi, rapporti con i clienti e flussi di reddito sono elementi che si posizionano a destra della proposta di valore, ovvero sul lato "front end" del modello di business, solitamente visibili a clienti e concorrenti. Sul lato sinistro si posiziona, invece, il "back-end", non così visibile, ma ugualmente importante.

Le **risorse chiave** (**Key Resources**) rappresentano il sesto blocco - descrivono ciò che è necessario per creare valore e formare canali distributivi e comunicativi con i consumatori. Potrebbero essere di natura fisica (uffici, camion, fabbriche), intellettuale (marchi, brevetti, conoscenze), oppure

Il terzo elemento è talmente evidente che spesso le aziende se ne dimenticano al momento della creazione delle strategie d'innovazione "go to market" - ovvero i **canali di distribuzione** (**Distribution Channels**). Come vogliono essere raggiunti i consumatori target? Quali canali distributivi sono disponibili, quali sono più convenienti dal punto di vista economico e quali potrebbero essere integrati nella routine dei consumatori?

Il quarto elemento sono i **rapporti con i clienti** (**Customer Relations**)

- il modo in cui i nostri clienti vogliono essere contattati ed informati. Bisogna definire se si tratta di relazioni a breve o a lungo termine, personalizzate o che hanno luogo attraverso canali di comunicazione di massa, a senso unico oppure di cooperazione come nelle community.

Dopo i primi quattro blocchi, siamo in grado di spiegare il quinto - i **flussi di reddito** (**Revenue Streams**) o il nostro modello di profitto - quanto, come, quando e perché i nostri clienti pagheranno. Ci saranno dei clienti che ottengono "merce gratis" e chi

alebo odstraňovaní nákladov.

Akonáhle vložíte všetky prvky do šablóny vášho BM, mali by ste do-

Nebojte sa byť odlišný, veľmi odlišný

*Non aver paura
di essere diversi,
molto diversi*

re risorse umane, finanziarie ...

Accanto alle risorse troviamo le **attività chiave** (**Key Activities**) - ovvero quello che bisogna fare per creare valore utilizzando le risorse - ricerca, produzione, marketing, diritti d'autore ...

Naturalmente, a volte non ci si può permettere di disporre di alcune risorse, o non si hanno le conoscenze adeguate per alcune attività oppure invece è semplicemente più economico ed efficiente agire in collaborazione con dei soci - (**Key Partners**). Questi servono per ottimizzare gli investimenti, per sfruttare le economie di scala, per abbreviare il processo del "go to market", per crescere più velocemente ...

Infine, le risorse, le attività ed i partner sono parti essenziali del blocco predefinito finale - **struttura dei costi** (**Cost Structure**). Qui potrete definire se il vostro modello è basato su costi fissi o variabili, se si tratta di economie di scala o di scopo, se si è guidati dal valore o dal costo, quali parti del BM sono più costose e intrinseche e quali, invece, sono quelle fondamentali per decidere se continuare o chiudere il business.

Una volta messi insieme tutti gli elementi del BM si dovrebbe ottenere la

stať príbeh o vašej spoločnosti. Môžete sa začať hrať a hľadať priestor či príležitosť pre zmenu. Ale pozor, jednoduchá zmena iba jedného prvku zvyčajne znamená, že by ste mali zmeniť všetky ostatné prvky. Pozrite sa na nízko nákladové letecké spoločnosti. Udržať si prvotný nápad „nízka cena“ ako súčasť hodnotovej propozície si vynútilo zmenu všetkých prvkov BM v porovnaní s normálnymi leteckými spoločnosťami.

Pri vytváraní nového BM pomocou šablóny Business Model Canvas to môže vyzeráť skvele na papieri, ale na začiatku je to len súbor nápadov opisujúci prostredníctvom deviatich blokov ako váš podnik bude fungovať. Mali by ste vyskúšať, formulovať hypotézy pre každý nápad a stavebný blok a testovať tieto hypotézy so skutočnými ľuďmi a v reálnych situáciách. Štatisti-

storia dell'azienda - potrete iniziare a giocare e ad analizzare dove c'è spazio per un cambiamento. Ma fate attenzione, il semplice cambiamento di un solo elemento, di solito, comporta il dover cambiare anche tutti gli altri.

Basta guardare alle compagnie aeree low-cost: sono partite con l'idea che il basso costo fosse parte integrante della loro proposta e per sostenere questa idea hanno dovuto cambiare ogni singolo elemento del loro business model rispetto alle "normali" compagnie aeree. Quando si creano nuovi modelli di business utilizzando il Canvas Business Model, questi possono apparire grandiosi sulla carta, ma l'inizio non è altro che un coacervo di idee su come funzionerà la vostra azienda, il tutto rappresentato attraverso nove passi. Tutto ciò andrebbe testato, andrebbero fatte delle ipotesi per ciascuna idea e per ciascun pilastro e queste ipotesi andrebbero testate con persone reali in situazioni reali. Statistiche e gruppi campione di solito non funzionano, ma osservare come si comporta una persona vera in una situazione reale sì. Innovare il business model implica non aver paura di essere diversi, spesso molto diversi. Innovare non vuol dire soltanto avere una buona idea. Gli Swatch non sono solo orologi colorati,

ky a focus groups väčšinou nefungujú, ale sledovať čo robí skutočná osoba v reálnej situácii áno.

Inovácia biznis modelu znamená, že sa nebojíte byť odlišný, zvyčajne veľmi odlišný. A to neznamená len mať dobrý nápad. Swatch nie sú iba farebné hodinky, Amazon nie je len online kníhkupectvo, Apple nie je len pekný počítač a Ryanair nie je len lacná letenka!

Inovácia biznis modelu vás môže urobiť bohatým alebo vám umožní zmeniť svet. Alebo oboje.

Veľa šťastia!

Amazon non è soltanto un venditore di libri on-line, gli Apple non sono soltanto computer dall'ottimo design e la Ryanair non è soltanto una compagnia di volo a basso costo. La business model innovation vi può far diventare ricchi o vi può far cambiare il mondo. O entrambe.

Buona fortuna.

Boris Golob

Generálny riaditeľ Vedecko-technického parku Univerzity v Rijeke a konzultant manažmentu. Ako lektor sa špecializuje na produkty, služby a inovácie biznis modelov a stratégií v oblasti inovácie obchodných procesov.

Amministratore delegato del Parco Scientifico e Tecnologico dell'Università di Rijeka, consulente aziendale e docente specializzato in prodotti, servizi e metodologie di innovazione del modello di business e strategie di commercializzazione.



STÁLY AUDIT A MONITOROVANIE: AKTIVÁCIA EVOLUTION AUDITU

VERIFICA E MONITORAGGIO COSTANTE: ATTIVAZIONE DELL'EVOLUTION AUDIT

David Watterson

Účtovný audit asi nie je prvá myšlienka, ktorá vám napadne, ak sa hovorí o inovácii biznis procesov. Je však nevyhnutné podotknúť, že stály audit a monitorovanie (CA/CM) sú príležitosťou pre firmy využiť údaje, ktoré už majú. Firmy tak môžu reagovať čo najrýchlejšie na problémy, či zvýšiť efektívnosť tak z interného ako aj z externého hľadiska. V tomto krátkom príspevku vysvetlíme, čo je CA/CM a aké výhody prináša vášmu podnikaniu.

V súčasnosti je mnoho finančných údajov uložených v štruktúrova-

nej elektronickej podobe, vďaka ktorej je možná relatívne rýchla a jednoduchá analýza.

Jednoduchá kontrola celkových položiek v hlavných knihách (bežných účtov) bol v minulosti veľmi dlhý proces, keďže sa údaje do nich vpisovali ručne. V súčasnosti na tieto úkony stačí jeden klik. Používanie elektronických verzií finančných údajov ako takých nie je úplná novinka, audítori využívali kontrolné techniky účtov už roky (Computer Assisted CAATs). Skutočné výhody CA/CM vyplývajú z neustálej aplikácie týchto procesov. Môžeme to prirovnať k policajnému autu, ktoré vás počas jazdy stále sleduje.

Je mnoho spoločností, ktoré majú



cutting through complexity™

v súčasnosti finančné systémy, ktoré im umožňujú analyzovať podnikové procesy v reálnom čase (alebo takmer v reálnom), čiže nie je nevyhnutné čakať až do nasledujúcej kontroly, ktorá by mohla odhaliť možné anomálie. Najevidentnejšou výhodou preventívneho odhaľovania anomálií je možnosť identifikovať ich príčiny a odstrániť ich, aby sa predišlo opätovným chybám. V prípade, kedy napr. zistené anomálie

La verifica contabile potrebbe non essere il primo pensiero nella testa delle persone quando si parla di temi come innovazione del business. Tuttavia, la 'Verifica e il Monitoraggio costante' (CA/CM) presentano significative opportunità per le imprese nello sfruttamento di dati già raccolti al fine di rispondere più rapidamente ai problemi e migliorarne l'efficacia interna ed esterna. In questo breve articolo spiegheremo che cosa è il CA/CM e quali benefici potrebbe apportare al vostro business.

Molte informazioni finanziarie sono oggi memorizzate in un formato elettronico strutturato, che rende relativamente veloce e facile l'analisi.

L'attuazione di procedure CA/CM permette di ridurre la necessità di disporre di revisori contabili

La semplice verifica dei totali nel libro mastro (paritario, dei conti) era un processo molto lungo negli anni in cui i libri mastri venivano scritti a mano: oggi invece può essere realizzato con un click. L'uso di versioni elettroniche di dati finanziari di per sé non è una novità; i revisori contabili hanno utilizzato delle tecniche di verifica dei conti per anni (Computer Assisted CAATs). I benefici reali della CA/CM derivano dalla continua applicazione

di tali processi: questa può essere paragonata ad una macchina della polizia che ti segue in ogni momento durante la guida.

Molte aziende hanno ora sistemi finanziari che consentono loro di analizzare i processi di business in tempo reale (o quasi in tempo reale), quindi non è necessario aspettare fino alla successiva verifica per riscontrare eventuali anomalie. Il vantaggio più evidente di

naznačujú podvod alebo pokus o podvod, ktorý by spoločnosti spôsobil škody, včasné rozpoznanie tohto problému môže mať významný finančný dopad: je ekonomicky výhodnejšie zastaviť platbu nejakej podozrivej faktúry, než sa snažiť získať späť stratené peniaze súdnou cestou.

Je určite finančne výhodnejšie vykonávať priebežné kontroly, než čeliť následkom, ktoré vyplývajú z prípadných podvodov, ktoré by sa mohli vyskytnúť tam, kde sa neuskutočňujú periodické kontroly. Tento proces v značnej miere znižuje riziko.

Stály audit a monitorovanie sú vzájomne prepojené nástroje. Odlišujú sa najmä cieľovou skupinou a menej sa odlišujú technológiami, ktoré využívajú. *Stály audit* znamená, že audítori (interní a externí) priebežne hodnotia kontroly a vyhodnocujú riziká. Naopak pri *neustálom monitorovaní* manažment integruje monitorovanie za účelom kontroly podnikateľských procesov a kontroluje ich efektívnosť a kontinuitu. Implementácia týchto podnikateľských procesov znižuje potrebu audítorov, ktorí vykonávajú podrobné kontroly procesov. Je tak možné koncentrovať sa na zlepšenie účinnosti monitorovacích procesov, individualizácií



[© Foto KPMG Archive]

David Watterson manažér KPMG Czech Republic

David Watterson, Manager, KPMG Czech Republic

rizík a riadeniu anomálií. Implementácia CA/CM môže mať pozitívny vplyv na akúkoľvek spo-

ločnosť, netreba k nim pristupovať filozofiou „one size fits all“. Z našej skúsenosti v tejto oblasti tvrdíme, že úspech s CA/CM nezávisí len od schopnosti prispôbiť váš prístup k požiadavkám trhu ale aj od výberu použitej technológie.

Implementácia procesov CA/CM znižuje potrebu audítorov

riconoscere le anomalie in maniera preventiva è di permettere di identificarne le cause e di apportare miglioramenti per evitare che si ripetano. Quando, ad esempio, le anomalie rilevate sono indicatori di frode reale o tentata ai danni dell'impresa, fallire nel riconoscere tale problema in maniera preventiva può avere un impatto finanziario significativo: è molto più economico fermare il pagamento di una fattura potenzialmente fraudolenta che cercare di recuperare i soldi perduti attraverso i tribunali. È sicuramente più economico effettuare controlli preventivi stringenti, piuttosto che affrontare le conseguenze derivanti da eventuali frodi che potrebbero

verificarsi laddove non siano effettuati controlli periodici: questo processo riduce notevolmente il rischio d'esposizione alle stesse.

La 'verifica e il monitoraggio costante' sono proposizioni complementari e si differenziano piuttosto nei destinatari che negli strumenti e le tecniche utilizzate. La 'verifica costante' si realizza quando i revisori contabili (interni ed esterni) valutano i controlli e i rischi su base continua, mentre nel 'monitoraggio costante' la gestione integra il monitoraggio per verificare che i processi di business operino con modalità efficaci e su base continua. L'attuazione

di tali procedure permette di ridurre o evitare la necessità di disporre di revisori contabili che attuino le verifiche dettagliate delle transazioni: è invece possibile concentrarsi sul miglioramento dell'efficacia dei processi di monitoraggio, d'individuazione dei rischi emergenti e la gestione delle anomalie.

Incorporare la CA/CM può avere un impatto positivo in qualsiasi azienda, ma bisogna fare attenzione all'approccio 'one size fits all'. Dalla nostra esperienza in questo settore, riteniamo che inserire con successo la CA/CM dipenda non solo dalla capacità di allineare il vostro approccio con le esigenze del business, ma anche dalla scelta delle tecnologie da impiegare.



BUSINESS COCKTAILS

Multimodálne riešenia v logistike Soluzioni di trasporto multimodale

29/2/2012

GEFCO dokazuje dôležitosť strategickej pozície Slovenska v sektore hlavných európskych dopravných koridorov a tvrdí, že skutočnou výzvou pre slovenský trh je využitie alternatívnej dopravy (ako v prípade železničnej a riečnej dopravy).

GEFCO ha dimostrato l'importanza della posizione strategica della Slovacchia nell'ambito dei principali corridoi di trasporto europei ed ha parlato di come la vera sfida del mercato slovacco sia rappresentata dal trasporto alternativo (come nel caso del trasporto ferroviario e fluviale).

Peter Šimkovic, finančný riaditeľ GEFCO Slovensko
Peter Šimkovic, Finance Manager GEFCO Slovacchia



[© Foto GEFCO Archive]

Sociálne médiá, riziko alebo príležitosť pre obchod

Social media, rischio o opportunità di business

27/3/2012

Príležitosti, ktoré ponúkajú sociálne médiá, sú obrovské a predstavujú skutočnú revolúciu v oblasti marketingu: flexibilné a prepojené platformy, neobmedzený zdroj informácií, globálny dosah, interaktivita a hlavne jednoduché meranie výsledkov kampane.

Téma sa venoval Quentin Crossley, partner KPMG na Slovensku.

Le opportunità che i social media forniscono sono enormi e rappresentano una vera e propria rivoluzione del marketing: accesso illimitato, piattaforme flessibili e collegate, diffusione a livello globale, interattività e soprattutto una facile misurazione dell'impatto prodotto.

Ha trattato il tema Quentin Crossley, Partner KPMG Slovakia

Quentin Crosseley, partner KPMG Slovensko
Quentin Crosseley, Partner KPMG Slovacchia



[© Foto KPMG Archive]



Príbeh o raste Slovenska najmä vďaka priemyslu a produktive práce Slovákov

La crescita economica in Slovacchia,
determinata soprattutto dall'industria
e dalla produttività degli slovacchi

[© Foto UniCredit Bank Archive]



3/5/2012

Pôvod úspechu slovenskej ekonomiky za posledných 10 rokov priblížil Miroslav Štokendl, člen predstavenstva a riaditeľ Divízie firemného a investičného bankovníctva UniCredit Bank.

*L*e ragioni del successo dell'economia slovacca negli ultimi 10 anni spiegata da Miroslav Štokendl, membro del Consiglio Direttivo e direttore della Divisione corporate ed investimenti di UniCredit Bank.

Predvolebné stretnutia s lídrami politických strán

Dibattito pre-elettorale con i rappresentanti dei
maggiori partiti politici slovacchi

14/2/2012

Hlavným cieľom predvolebného stretnutia s politickými špičkami bolo ponúknuť našim členským spoločnostiam a medzinárodnej komunite podnikateľov privilegovaný prístup k povolebným plánom a programom jednotlivých politických strán.

*L*o scopo principale del dibattito con i rappresentanti dei partiti politici è stato quello di fornire un'opportunità di confronto alla comunità d'affari internazionale in Slovacchia e di conoscere l'oggetto dei programmi che i partiti politici si proponevano di realizzare.



[© Foto CCIS Archive]



Informačný seminár v rámci projektu Európskej komisie GBE Factory

Presentazione del progetto della Commissione Europea GBE Factory

3/4/2012



GBE Factory je projekt spolufinancovaný Európskou úniou prostredníctvom programu „Inteligentná energia pre Európu.“ Projekt propaguje zavedenie samostatných alebo zložených zariadení vyrábajúcich elektrickú energiu z obnoviteľných zdrojov (t.j. zariadenia vyrábajúce energiu kogeneráciou, z biomasy, solárno-tepelné elektrárne, fotovoltaické elektrárne, geotermálne, využívajúce bioplyn a ďalšie) v nových alebo rekonštruovaných priemyselných budovách alebo budovách slúžiacich pre obchodné účely. Cieľom projektu je výroba elektrickej energie a tepla z obnoviteľných zdrojov či už pre udržanie stavu budov, ako aj pre energetické zabezpečenie aktivít, ktoré sa v týchto budovách realizujú.

GBE Factory è un progetto cofinanziato dall'Unione Europea attraverso il Programma "Intelligent Energy Europe". Il progetto promuove l'inserimento di impianti singoli o combinati per la produzione di energia rinnovabile (cogenerazione, biomasse,

solare-termico, fotovoltaico, geotermico, biogas, etc.) in edifici industriali e commerciali di nuova costruzione o frutto di riqualificazione, con l'obiettivo di fornire energia elettrica e riscaldamento da fonti rinnovabili, sia per il condizionamento dei locali, che per

l'alimentazione delle attività produttive in essi contenute.

Konferencia: Eurozóna - perspektívy a možnosti budúceho rozvoja

Conferenza: Seminario Euro Zona - prospettive e scenari futuri

23/5/2012

Konferenciu organizovala TSOK v spolupráci s partnermi VÚB Banka a Kosit a.s. Cieľom konferencie bolo diskutovať o aktuálnych témach eurozóny na odbornej medzinárodnej úrovni. Diskusiu moderoval bývalý guvernér Národnej banky Slovenska

- Ivan Šramko, účastníkmi boli Elena Kohútiková - zástupkyňa generálneho riaditeľa VÚB Banky, prof. Zoltán Pogatsa - Západomaďarská univerzita, Juraj Karpiš - INESS (Institute of Economic and Social Studies).

La conferenza è stata organizzata dalla CCIS in collaborazione con i partner VÚB Banka e Kosit a.s. Il fine della conferenza era la discussione di tematiche riguardanti l'attualità dell'Eurozona con esperti internazionali del settore. Il dibattito è stato moderato dall'ex Governatore della Banca Nazio-

nale Slovacca, Ivan Šramko, e vi hanno partecipato Elena Kohútiková, Vice Amministratore Delegato di VÚB Banka, il professor Zoltán Pogatsa dell'Università dell'Ungheria Occidentale e Juraj Karpiš dell'INESS (Institute of Economic and Social Studies).



Prednášajúci (zľava) / Relatori (da sinistra): Zoltán Pogatsa, Juraj Karpiš, Elena Kohútiková

Archive]



Volebné Valné zhromaždenie TSOK Assemblea generale elettiva CCIS

28/5/2012

Valné zhromaždenie, počas ktorého sa konali voľby nového prezidenta a Predsedníckej rady TSOK, sa konalo 28. mája v Bratislave. Novým prezidentom Taliansko - Slovenskej obchodnej komory sa stal Alberto Gerotto, podnikateľ s desaťročnými skúsenosťami, ktorý je od roku 2006 prítomný na Slovensku vďaka dôležitej investícii do mestskej spoločnosti Kosit, a.s. v Košiciach.



[Foto CCIS Archive]

L'assemblea Generale, durante la quale si sono svolte le elezioni per il rinnovo della Presidenza e del Consiglio Direttivo della CCIS, ha avuto luogo lo scorso 28 maggio a Bratislava.

L'esito delle operazioni di voto ha sancito l'elezione di Alberto Gerotto a Presidente della Camera di Commercio Italo - Slovacca.

Il nuovo Presidente ha alle spalle una pluridecennale esperienza imprenditoriale ed è presente in Slovacchia dal 2006 con un importante investimento in Kosit a.s., società municipalizzata della città di Košice.



[Foto CCIS Archive]

UniCredit Bank: Nový šéf International Desk

UniCredit Bank: Nuovo responsabile dell'International Desk

UnCredit Bank je bankou pre zahraničných investorov a cezhraničný biznis. Servis pre svojich medzinárodných klientov poskytuje cez oddelenie International Desk.

Na Slovensku International Desk posledné dva roky viedol Fabio Bini, ktorý pôsobil aj ako viceprezident TSOK. Najnovšie sa presunul manažovať me-

dzinárny biznis do susednej Prahy a predal štafetu rodákovi z Ríma, Massimilianovi Giulianovi, ktorý má viac ako 10-ročnú bankovú prax pôsobenia v UniCredite v Taliansku, Turecku, Šanghaji, Chicagu, v Paríži, či Rumunsku. Na Slovensko prišiel priamo z Moskvy, kde viac ako 4 roky pôsobil v pozícii vedúceho útvaru Italian Desk.



[© Foto UniCredit Bank Archive]

UnCredit Bank è la banca per gli investitori stranieri e per il business internazionale. I servizi per i clienti internazionali vengono forniti dall'International Desk.

Durante gli ultimi 2 anni, l'International Desk in Slovacchia è stato gestito da Fabio Bini che ha rivestito anche la carica del Vicepresidente della CCIS. Recentemente, Fabio Bini si è trasfe-

rito nella vicina Praga per gestire l'international business passando il testimone al compatriota di Roma Massimiliano Giuliani che vanta una decennale esperienza bancaria nel Gruppo UniCredit in paesi quali Italia, Turchia, Cina, Stati Uniti, Francia e Romania. È arrivato in Slovacchia direttamente da Mosca, dove era responsabile dell'Italian Desk da oltre quattro anni.

TALIANSKO NA TANIERI

L'ITALIA NEL PIATTO



práve sienske výrobky, ktoré sú v reštaurácii podávané. „Ponúkame, samozrejme, aj výrobky z iných oblastí polostrova, ale drvivá väčšina toho, čo sa servíruje v reštaurácii, pochádza z okolia Sieny,“ vysvetľuje mladý reštaurátor.

Talianške reštaurácie vyhlasujú celosvetový „boj“ proti falšovaniu talianskych vín a jedál. Dôvodom sú výsledky posledného výskumu, podľa ktorého tri zo štyroch „talianskych“ potravinových produktov nepochádzajú z Talianska. Zároveň si však 9,5% cudzincov zapamätá našu krajinu v súvislosti s „jedlom a dobrou kuchyňou“ a tí, ktorí navštívili Taliansko, hodnotia úroveň našej kuchyne známkou 7,9 (na škále od 1 do 10). Z týchto údajov pramení potreba a hodnota projektu „Značka talianskej pohostinnosti. Talianske reštaurácie vo svete.“ Projekt podporuje Isnart (Taliancky národný inštitút pre turizmus) v spolupráci s Unioncamere (Združenie talianskych obchodných komôr) a so sieťou talianskych obchodných komôr v zahraničí.

Parte dalla ristorazione italiana nel mondo la “battaglia” contro la contraffazione dell’enogastronomia tricolore. Se, in base agli ultimi dati, sarebbero infatti ben tre su quattro i prodotti alimentari italiani “taroccati”, è vero comunque che il 9,5% degli stranieri ricorda il nostro Paese in relazione “al cibo ed alla buona cucina” e chi ha visitato l’Italia valuta il livello della nostra cucina con un 7,9 (in un range da 1 a 10). Da qui, il valore del marchio “*Ospitalità Italiana Ristoranti Italiani nel Mondo*”, promosso dall’Isnart in collaborazione con Unioncamere e con la rete camerale italo-estera, volto a certificare quei locali che rispettano una serie di norme a tutela dell’immagine del nostro Paese all’estero. Un’iniziativa che, seppur avviata solo un anno fa, ha già

Tieto inštitúcie vydávajú na základe prísnych kritérií osvedčenie pre tie podniky, ktoré dodržiavajú celý rad noriem talianskej gastronómie a podporujú tak autentický imidž našej krajiny v zahraničí. Iniciatíva počas prvého roka udelila certifikát už 720 reštauráciám, ktoré podporujú Made in Italy aj na vzdialenosť tisícov kilometrov.

Jediná ocenená reštaurácia na Slovensku

Zo 720 certifikovaných reštaurácií na svete sa jedna nachádza na Slovensku, a to reštaurácia Antica Toscana v Bratislave. Jeden z jej spoločníkov, Mirko Berettini, urobil prvé kroky v reštauračných službách v Toskánsku, kde sa priučal významnej rodinnej gastronomickej tradícii (jeho rodina vlastnila od roku 1879 známu vinotéku v Siene). A sú to

permesso di certificare ben 720 ristoranti capaci di promuovere il Made in Italy anche a migliaia di chilometri di distanza.

Unico ristorante premiato in Slovacchia

Tra 720 ristoranti certificati al mondo, l’unico premiato in Slovacchia è il ristorante Antica Toscana di Bratislava. Mirko Berettini, uno dei soci del ristorante, ha mosso i primi passi nel campo della ristorazione in Toscana, grazie ad un’importante tradizione gastronomica di famiglia (proprietaria di una nota enoteca a Siena dal 1879). Sono i prodotti del senese che vengono serviti nel locale; “Ovviamente ci sono anche prodotti provenienti da altre zone della penisola, ma la stragrande maggioranza di ciò che viene poi servito nel ristorante viene dai dintorni di Siena”

„Ja osobne chodím vyhľadávať produkty do Toskánska, odberajúc priamo od malých rodinných podnikov, ktoré ponúkajú vysoko nadpriemernú kvalitu.“ Táto kvalita pochádza z gastronomickej kultúry, poznania a lásky k produktu a ku krajine, ktorá nám ho dáva. Kvalita znamená trvalú a nepretržitú snahu vylepšiť to, čo sa podáva, hľadaním nových produktov a nových dodávateľov. Kvalita znamená maximálnu spokojnosť zákazníkov vždy, keď spoznajú skutočné Made in Italy v atmosfére reštaurácie Antica Toscana, vzdialenej od centra Bratislavy, aby čo najdokonalejšie pripomínala krásne zelené prostredie Toskánska. Ponuka v reštaurácii je navrhnutá tak, aby bol každý chod sprevádzaný vínom z tej istej oblasti: toskánske salámy a Chianti, florentský biftek a Brunello. Toto je jeden z dôvodov,

ci spiega il giovane ristoratore.

“Mi occupo personalmente di andare a reperire i prodotti in Toscana, approvvigionandomi direttamente da piccole imprese a conduzione familiare che offrono una qualità ben più alta della media”. Questa qualità nasce dalla cultura gastronomica, dalla conoscenza e dall’amore verso il prodotto e verso la terra da cui lo stesso nasce. Qualità che significa una continua ed ininterrotta ricerca del miglioramento di ciò che viene servito, attraverso il reperimento di nuovi prodotti e nuovi fornitori. Ciò si riflette nella massima soddisfazione per il cliente, che riscopre ogni volta cos’è veramente il Made in Italy, in un’atmosfera, quella dell’ Antica Toscana, appositamente concepita in una zona appena fuori dal centro di Bratislava, per ri-

pre ktoré získala reštaurácia Antica Toscana „Značku talianskej pohostinnosti,“ symbol našej krajiny v zahraničí, ktorý je synonymom kvality a typickej talianskej pohostinnosti. Ocenenie, ktoré potvrdzuje úspech jedného talianskeho príbehu.

Kvalita a autenticita: tak vzniká dokonalosť!

Tajomstvom úspechu talianskych reštaurácií vo svete sú podľa výskumu realizovaného v rámci projektu „Značka talianskej pohostinnosti. Talianske reštaurácie vo svete“ kvalita, autenticita a čerstvosť surovín.

Toto sú najdôležitejšie ingrediencie úspešnej talianskej kuchyne. Sú to zároveň jediné úspešné „zbrane“ v boji proti falzifikátom talianskych eno-gastronomických výrobkov, ktoré zasýtili trh. Podľa 45% opýtaných majiteľov reštaurácií je predaj falzifikátov dôležitý problém a až 59,2% opýtaných považuje podniky, ktoré sa vydávajú za talianske za najsilnejšiu konkurenciu autentických reštaurácií a tradičných talianskych receptov. Svojou prácou môžu talianske reštaurácie v zahraničí s osvedčením „Marchio Ospitalità Italiana“ (Značka talianskej pohostin-

nosti) významne prispievať k úspechu Talianska v kľúčovom odvetví pre Made in Italy. Stačí si uvedomiť, že ponuka samotných talianskych jedál a vín pritiahne na dovolenku do Talianska až 7% cudzincov (skoro 11 miliónov). Z ekonomického hľadiska to znamená prílev na územie Talianska okolo 1,5 miliardy EUR (za rok 2009). Majitelia reštaurácií budú aj vďaka projektu „Značka talianskej pohostinnosti“ pokračovať v úsilí ochraňovať imidž Talianska, potvrdzujúc svoju úlohu „ambasádorov dokonalosti“ talianskych vín a jedál.



[Foto Giorgio Donig]

Mirko Berettini, jeden z majiteľov reštaurácie Antica Toscana, jedinej reštaurácie na Slovensku ocenennej Značkou talianskej pohostinnosti
 Mirko Berettini, uno dei soci del Ristorante Antica Toscana, unico ristorante in Slovacchia ad aver conseguito il Marchio Ospitalità Italiana

mandare il più possibile al bellissimo verde della Toscana.

Nel ristorante vengono proposti piatti tipici ed ogni portata viene accompagnata ad un vino proveniente dalla stessa zona del prodotto: salumi toscani e Chianti, bistecca fiorentina e Brunello. Per queste ed altre ragioni il Ristorante Antica Toscana ha ottenuto il Marchio Ospitalità italiana, certificazione vessillo del nostro Paese all'estero e sinonimo della qualità e dell'accoglienza tipicamente italiane. Un riconoscimento che va a certificare il successo di una storia italiana.

Qualità ed autenticità: così si fa l'eccellenza!

Qualità, genuinità, freschezza delle materie prime: in base ad una ricerca condotta presso i ristoranti italiani all'estero, sono questi i punti di forza della cucina autenticamente italiana. Armi utili per contrastare il livello di contraffazione che ha colpito il settore, giudicato "alto" da ben il 45% dei ristoranti intervistati; ma anche per ostacolare il crescente numero di imprese "falsamente" italiane, che per il 59,2% degli intervistati costituiscono la più forte concorrenza a chi gestisce locali autentici.

Con il loro lavoro, i ristoranti italiani all'este-

ro certificati, possono dunque fornire un contributo fondamentale al successo del "Bel Paese" in un settore, peraltro, determinante. Basti pensare che l'offerta enogastronomica italiana attira da sola il 7% degli stranieri che trascorrono una vacanza in Italia (quasi undici milioni di presenze): un turismo che genera sul territorio un impatto economico stimato in 1,5 miliardi di euro (dato 2009). Dal canto loro, i ristoratori continueranno ad impegnarsi per tutelare l'immagine del Bel Paese e della nostra cucina, confermando il loro ruolo di "ambasciatori dell'eccellenza" della tradizione enogastronomica italiana.



PAOLO RUZZINI: V JADRE JE BEZPEČNOSŤ NADOVŠETKO

PAOLO RUZZINI: NELL'ENERGIA NUCLEARE LA SICUREZZA VIENE PRIMA DI TUTTO

Budúcnosť energetiky má podobu inteligentných sietí a výroby, ktorá je zodpovedná voči životnému prostrediu, myslí si generálny riaditeľ Slovenských elektrární, a.s. Paolo Ruzzini. Vďaka skúsenostiam a know-how materskej spoločnosti Enel, ktorá patrí k lídrom v inováciách, Slovenské elektrárne prinášajú na Slovensko množstvo impulzov.

Moderná energetika kladie dôraz na zodpovednosť k životnému

prostrediu. Ako sa z tohto uhla pohľadu javia elektrárne v Mochovciach a Bohuniciach?

Pri výrobe elektriny v atómovej elektrárni sa do ovzdušia nevypúšťajú škodlivé emisie skleníkových plynov oxidu uhličitého. Ich environmentálny prínos je rovnako dôležitý ako ekonomický. Vezmime si ako príklad dostavbu elektrárne v Mochovciach. Je to najväčšia súkromná investícia na Slovensku, ktorá dáva prácu tisíckam ľudí a je ekonomickým ťahúňom regiónu,

a zároveň prispieva k tzv. čistému energetickému mixu Slovenska. S novými blokmi sa zvýši podiel energie vyrobenej bez emisií oxidu uhličitého na viac ako 90 percent našej celkovej výroby.

Je dostavba Mochoviec naďalej impulzom pre rozvoj regiónu?

Iste, potvrdzujú to nielen naše čísla, ale aj štúdie z Európy. Naša investícia v celkovej hodnote asi 3 miliardy EUR predstavuje takmer 4 percentá slovenského HDP. Pro-

jekt dostavby MO34 nemá v krajine obdobu. Toto je projekt, ktorý poháňa ekonomiku celej krajiny s pozitívnym vplyvom na celý región strednej Európy. Doteraz sme uzavreli zmluvy v hodnote 2,6 miliárd EUR. Z nich sme 56 percent podpísali so slovenskými firmami a takmer 22 percent s českými. V

marci tohto roku bolo v Mochovciach zamestnaných až 3600 pracovníkov a ešte viac pracovných miest vytvárajú projekty mimo samotnej elektrárne. V náročnom období globálnej hospodárskej recesie je význam prínosov tohto projektu ešte výraznejší. Projekt dostavby Mochoviec oživuje slovenský jad-

rový priemysel, ktorý sa pre nedostatok jadrových projektov pomaly, ale iste vytrácal z ekonomiky, a prináša nové príležitosti nielen pre biznis, ale aj pre vedu, výskum a vývoj. Takže áno, dostavba sa vypláca, a to už teraz. Následne, po spustení tretieho a štvrtého bloku, sa krajina stane exportérom elektriny.



[© Foto ENEL Archive]

Vodná elektrárň Čierny Váh, fotograf L. Lipták
Centrale idroelettrica Čierny Váh, fotografo L. Lipták

Il futuro dell'energia è rappresentato da reti intelligenti e generazioni ambientalmente responsabili, dice Paolo Ruzzini, direttore generale di Slovenské Elektrárne. Grazie all'esperienza ed ai know-how della società madre – Enel, leader nell'innovazione del settore energetico – Slovenské Elektrárne può offrire alla Slovacchia numerosi incentivi al suo sviluppo.

Il moderno settore dell'energia sottolinea l'importanza di una responsabilità verso l'ambiente. Come vengono viste in questa ottica le situazioni di Bohunice e di Mochovce?

Le centrali nucleari generano elettricità senza provocare l'emissione di biossi-

do di carbonio nell'atmosfera. Questo importante aspetto ambientale va considerato alla pari con quello economico. Prendiamo ad esempio il progetto di completamento dei settori 3 e 4 a Mochovce, che è il più grande investimento privato in Slovacchia, un vero volano per l'economia della regione, dal momento che rappresenta una fonte di occupazione e di reddito per migliaia di persone. Il contributo fornito dalla centrale alla produzione di energia pulita della Slovacchia è altrettanto importante: grazie alle due nuove unità, la percentuale di energia prodotta senza biossido di carbonio crescerà fino al 90% del totale.

Il completamento dell'impianto di Mochovce costituisce ancora un

impulso allo sviluppo della regione?

Certo, e questo può essere confermato non solo dai numeri, ma anche da numerosi studi Europei. Il nostro investimento, del valore complessivo di 3 miliardi di euro, costituisce quasi il 4% del PIL slovacco. Il progetto di completamento MO3&4, che non ha precedenti nel paese, gioca un ruolo chiave nell'economia slovacca ed ha un impatto positivo su tutta la regione dell'Europa centrale. Finora abbiamo concluso contratti per un valore 2,6 miliardi di euro, il 56% dei quali con aziende slovacche e quasi il 22% con aziende ceche. Nel marzo di quest'anno, circa 3600 lavoratori sono stati impiegati a Mochovce ed ulteriori posti di lavoro sono

Do popredia sa v posledných rokoch dostali aj otázky bezpečnosti. Sú Slovenské elektrárne pripravené?

V energetike a zvlášť pre prevádzkovateľov jadrových zdrojov je bezpečnosť najvyššou prioritou. Toto potvrdili aj výsledky záťažových testov, ktoré ukázali, že naše elektrárne spĺňajú a v mnohých aspektoch dokonca prekračujú medzinárodné bezpečnostné štandardy. Odpoveď je jasná - áno.

V súvislosti so záťažovými testami a aplikáciou nových bezpečnostných štandardov sme preplánovali

aj harmonogram dostavby tretieho a štvrtého bloku v Mochovciach, aby sme zaručili, že budú zavedené najnovšie dostupné štandardy a inovácie. Z technického hľadiska je vhodnejšie radšej dokončiť stavbu s rozvahou a v pokoji. V jadrovej energetike sa zhon nevypláca, bezpečnosť je nadovšetko.

Akým smerom sa budú Slovenské elektrárne v budúcnosti uberať?

V súčasnosti sa sústreďujeme na dostavbu dvoch blokov elektrárne v Mochovciach. Sústavne modernizujeme celú našu výrobnú sústavu (tepelné, vodné a atómové elektrár-

ne), čo dokazuje našu schopnosť vyhovieť zároveň potrebám našich zákazníkov a trhu aj najvyšším environmentálnym a bezpečnostným štandardom vrátane čoraz nižšej uhlíkovej stopy.

Kľúčovými faktormi, ktoré poháňajú firmy k hľadaniu inovácií, k rozširovaniu elektromobility, automatizácie domácností a racionálneho využívania energie, sú nielen environmentálne povedomie, teda lepšie pochopenie rizika spojeného s globálnym otepľovaním, ale aj rastúca náročnosť medzinárodnej energetickej bezpečnosti.

Slovenské elektrárne prinášajú

Slovenské
elektrárne
môžu využiť
globálne skúsenosti
skupiny Enel
na Slovensku

Slovenské
elektrárne
può utilizzare
l'esperienza globale
del Gruppo Enel
in Slovacchia

stati creati con progetti al di fuori della centrale stessa. In un periodo di recessione economica globale, l'importanza dei benefici di un tale progetto è ancora più significativo. Inoltre, il progetto di completamento di Mochovce crea nuove opportunità in termini di business, così come nei settori dell'innovazione, della ricerca e dello sviluppo. Per questo possiamo dire che il completamento di Mochovce 3 & 4 sia ancora un impulso allo sviluppo della regione, così come finora confermato dal fatto che, dopo la messa a regime delle unità 3 e 4, il paese diverrà un esportatore di elettricità.

Negli ultimi anni le tematiche inerenti la sicurezza sono diventate di primaria importanza. Slovenské Elektrárne è pronta ad affrontare

simili tematiche?

La sicurezza è una priorità assoluta per il settore energetico e ancor più per gli operatori dell'ambito nucleare. Ciò è stato confermato anche dai risultati degli stress test, che hanno dimostrato come i nostri impianti di energia riescano a soddisfare, e per molti aspetti addirittura superare, gli standard di sicurezza internazionali. Quindi la risposta è ovviamente sì.

Relativamente agli stress test ed all'applicazione di nuovi standard di sicurezza, abbiamo anche aggiornato il programma di completamento delle unità 3 e 4 a Mochovce, per essere sicuri di implementare i più recenti ed innovativi

livelli che possano essere raggiunti. Da un punto di vista tecnico, è preferibile completare la costruzione con prudenza e compostezza: correre nel settore nucleare non conviene, la sicurezza viene prima di tutto.

Che direzione pensate di prendere per il futuro?

Ci concentriamo sul completamento di due unità della centrale di Mochovce.

Inoltre siamo impegnati nella modernizzazione dell'intera gamma dei nostri impianti di produzione (energia termica, idroelettrica ed impianti nucleari), dimostrando la nostra capacità di soddisfare le esigenze dei nostri clienti e del mercato ed, al tempo stesso, garantendo



[© Foto ENEL Archive]

Riaditeľstvo Slovenských elektrární a.s. v Bratislave, fotograf J. Ondřík
Sede centrale di Slovenské elektrárne a.s. a Bratislava, fotografo J. Ondřík



Atómová elektrárň Mochovce, fotograf L. Lipták
Centrale nucleare a Mochovce, fotografo L. Lipták

i più alti standard ambientali e di sicurezza, comprese le emissioni di anidride carbonica sempre più basse.

Una maggiore consapevolezza ambientale, una migliore comprensione dei rischi connessi con il riscaldamento globale e le crescenti esigenze di sicurezza energetica internazionale portano le aziende a cercare soluzioni e tecnologie innovative come la mobilità elettrica, l'automazione nelle abitazioni ed un più razionale uso dell'energia.

Slovenské Elektrárne sta portando sul mercato nuovi servizi a valore aggiunto che combinano la tecnologia Enel ed il risparmio energetico, con l'obiettivo finale di raggiungere un più alto livello di efficienza energetica, migliorando allo stesso tempo la qualità dei servizi esistenti. Penso che un ruolo significativo in futuro sarà giocato dalla flessibilità della produzione e delle infrastrutture.

Nel campo dei contatori intelligenti

e delle reti intelligenti Enel è un leader a livello internazionale...

Siamo parte di un gruppo globale, Enel, che ha una vasta conoscenza specifica nel campo della produzione e della distribuzione di energia. Slovenské Elektrárne può far leva su una globale esperienza, in Slovacchia, ma anche nella più ampia regione dell'Europa centrale e orientale. Enel è stata la prima azienda al mondo a sostituire i vecchi contatori elettromeccanici con dispositivi elettronici. In Italia l'installazione di contatori intelligenti è cominciata nel 2001 e la sostituzione dei vecchi contatori è stata completata nel 2006. Ne sono stati installati oltre 32 milioni, vale a dire il più grande e più esteso sistema automatizzato di gestione dei contatori in tutto il mondo. Come ho già accennato, Slovenské Elektrárne sta lavorando per far crescere in Slovacchia altri servizi a valore aggiunto, quali soluzioni di efficienza energetica per le istituzioni pubbliche e

le imprese industriali.

La nostra azienda è attivamente impegnata nello sviluppo di un'infrastruttura nazionale per i servizi di e-mobility, sfruttando l'esperienza del gruppo Enel in questo campo.

Abbiamo già portato sul mercato slovacco soluzioni di illuminazione pubblica basate su una tecnologia all'avanguardia, brevettata da Enel, che consentirà una consistente riduzione del consumo energetico ed un aumento della qualità della vita dei cittadini slovacchi. Un migliore e più uniforme sistema d'illuminazione pubblica ha un impatto facilmente misurabile sia sulla sicurezza reale sia su quella percepita, contribuendo anche ad una diminuzione del cosiddetto "inquinamento luminoso". Allo stesso tempo, il decremento nel consumo energetico contribuisce a ridurre le emissioni di biossido di carbonio sopracitate.

na trh služby s pridanou hodnotou, ktoré spájajú technológie Enelu a úsporu energie s cieľom dosiahnuť zlepšenie energetickej efektívnosti sústavným udržiavaním a vylepšovaním existujúcich služieb. Myslím si, že v budúcnosti bude hrať významnú úlohu flexibilita výroby a infraštruktúry.

V oblasti inteligentných meračov a sietí je Enel svetovým lídrom.

Sme súčasťou svetovej skupiny Enel, ktorá má rozsiahle know-how v oblasti výroby a distribúcie energie. Slovenské elektrárne môžu využívať svetové odborné znalosti na Slovensku aj v širšom regióne strednej a východnej Európy.

V Taliansku začal Enel zavádzať inteligentné merače v roku 2001 a celková infraštruktúra bola dokončená už v roku 2006. Enel bol prvou

spoločnosťou na svete, ktorá nahradila staré elektromechanické merače elektronickými zariadeniami. V Taliansku Enel nainštaloval viac ako 32 miliónov meračov, čo je najväčší a najrozšírenejší automatizovaný merací systém riadenia na svete.

Aj v Slovenských elektrárnach už pracujeme na uvedení ďalších služieb s pridanou hodnotou ako napríklad projekty energetickej efektívnosti pre verejné inštitúcie a priemyselné podniky. Naša spoločnosť sa aktívne zapája do rozvoja národnej infraštruktúry služieb pre elektromobilitu, pričom využíva skúsenosti Enelu v tejto oblasti.

Priniesli sme na slovenský trh projekt verejného osvetlenia patentovaný spoločnosťou Enel, založený na novátorskej technológii LED svetiel. Umožňuje trvalé znižovanie spotreby energie a zvyšuje kvalitu života

obyvateľov. Lepšie a ucelenejšie verejné osvetlenie má priamy a merateľný vplyv na reálnu aj pociťovanú bezpečnosť v obci a významne prispieva k obmedzovaniu takzvaného svetelného smogu. Redukcia energetickej spotreby úmerne znižuje spomínanú uhlíkovú stopu.

V skratke, hlavnými motormi rozvoja energetického sektora sú environmentálna udržateľnosť a inovácie prostredníctvom nových technológií.

 **SLOVENSKÉ
ELEKTRÁRNE**

 **Enel**



[© Foto ENEL Archive]

Tepelná elektrárň Vojany, fotograf L. Lipták
Centrale termoelettrica Vojany, fotografo L. Lipták

BUSINESS MEETS LIFESTYLE

Austria Trend Hotel Bratislava****

- Optimálna poloha hotela priamo v centre Bratislavy
- Ideálne východisko pre obchodné rokovania, firemné stretnutia ako aj pre okružné turistické cesty
- Štýlovo a do posledného detailu komfortne zariadené hosťovské izby
- Luxusný executive Club s exkluzívnym lounge



AUSTRIA TREND
HOTEL BRATISLAVA
BRATISLAVA

MEMBER OF VERKEHRSBÜRO GROUP

INFORMÁCIE A BOOKING
Tel.: +421/2/527 75 818
reservations.bratislava@austria-trend.at

VIENNA | HOTEL ASTORIA | HOTEL EUROPA WIEN | HOTEL RATHAUSPARK | HOTEL SAVOYEN | HOTEL ANANAS | PARKHOTEL SCHÖNBRUNN | EVENTHOTEL PYRAMIDE | HOTEL BÖCK | HOTEL DONAUZENTRUM | HOTEL LASSALLE | HOTEL FAVORITA | HOTEL BOSEI | APPARTEMENTHOTEL VIENNA | HOTEL ANATOL | HOTEL ALBATROS | HOTEL SCHLOSS WILHELMINENBERG | HOTEL BEIM THERESIANUM | HOTEL MESSE WIEN | ST. PÖLTEN | HOTEL METROPOL | LINZ | HOTEL SCHILLERPARK | SALZBURG | HOTEL EUROPA | HOTEL SALZBURG WEST | HOTEL SALZBURG MITTE | HOTEL ALTSTADT RADISSON BLU | GRAZ | HOTEL EUROPA | INNSBRUCK | HOTEL CONGRESS | FIEBERBRUNN | SPORTHOTEL FONTANA | ALPINE RESORT FIEBERBRUNN | KITZBÜHEL | HOTEL SCHLOSS LEBENBERG | ST. LAMBRICHT | HOTEL LAMBRICHTERHOF | LOIPERSDORF | LIFE RESORT LOIPERSDORF | LJUBLJANA | HOTEL LJUBLJANA | BRATISLAVA | HOTEL BRATISLAVA

NOVÉ PRAVIDLÁ ZMENIA POISTNÝ TRH

NUOVE REGOLE CAMBIANO IL MERCATO DELLE ASSICURAZIONI

Šéf poisťovne Generali Slovensko očakáva vyššie využívanie poisťovníckych služieb prostredníctvom moderných technológií

Il CEO di Generali Slovensko prevede un maggiore utilizzo dei servizi assicurativi attraverso moderne tecnologie

Priblížte nám čísla skupiny Generali.

Skupina Generali je jedným z najväčších poskytovateľov poistenia v Európe a najväčším poskytovateľom životného poistenia v Európe s celkovým príjmom z poistenia dosahujúcim takmer 70 mld. EUR. Je tiež jedným z najlepších správcov aktív a jedinečný prevádzkovateľ realít. S 82 000 zamestnancami na celom svete a 65 miliónmi klientov vo viac ako 60 krajinách je lídrom na trhoch v západnej Európe a obsadzuje čoraz dôležitejšie miesto v strednej a východnej Európe a Ázii.

Ako sa zmenil a kam smeruje trh poisťovníckych služieb? Čo sú aktuálne výzvy odvetvia?

V súčasnosti ovplyvňujú poisťný trh vo veľkej miere predovšetkým legislatívne zmeny, ktoré vstúpia do platnosti na prelome rokov 2012 a 2013. Najmä v oblasti životného poistenia sa trh sústreďuje na implementáciu smernice o rodovej rovnosti platnej



Vladimír Bezděk, predseda predstavenstva a generálny riaditeľ poisťovne Generali Slovensko

Vladimír Bezděk, Presidente del Consiglio di Amministrazione e Direttore generale di Generali Slovensko

Presentazione dei numeri del gruppo Generali.

Il gruppo Generali è uno dei più grandi gruppi assicurativi in Europa ed il primo per numero di assicurazioni sulla vita stipulate in Europa, con un reddito complessivo di quasi 70 miliardi di euro. È anche uno dei migliori operatori nella gestione di assets ed un importantissimo operatore immobiliare. Con 82.000 dipendenti nel mondo e 65 milioni di clienti in oltre 60 paesi, è leader nei

mercati dell'Europa occidentale ed occupa un posto sempre più importante in Europa centro-orientale ed in Asia.

Com'è cambiato e dov'è diretto il mercato dei servizi assicurativi? Quali sono le sfide attuali del settore?

Al momento, il mercato dei servizi assicurativi è in gran parte influenzato dai cambiamenti legislativi che entreranno in vigore a cavallo tra gli anni 2012 e 2013. Soprattutto nell'area del-

le assicurazioni sulla vita, il mercato è concentrato sull'implementazione della direttiva di pari trattamento tra uomini e donne, che entra in vigore dal 21 dicembre 2012 e che abroga l'eccezione normativa che consente di affrontare le diverse specificità di sesso come fattore di rischio per determinare l'importo del premio assicurativo e le altre condizioni contrattuali.

Un altro ambito significativo, del quale le compagnie assicurative si occupa-

od 21. 12. 2012 a rušiacej výnimku umožňujúcu zohľadňovať špecifika pohlaví ako určujúci rizikový faktor pri výške poisťného a ďalších podmienkach.

Ďalšou výraznou udalosťou, ktorou sa v tomto čase intenzívne zaoberajú poisťovne, je smernica európskeho parlamentu Solvency II. Ide o novú koncepciu dohľadu nad poisťovňami a v rámci nej o rizikovo orientované posúdenie celkovej solventnosti na základe trojpilierového

konceptu. Jej výsledkom môže byť, že silné poisťovne budú ešte silnejšie a po jej efektívnom zapracovaní budú svoje pôsobenie hodnotiť optikou kapitálu potrebného na krytie rizík. Zavedenie smernice Solvency II je však náročné na kapacity a informačné technológie. Implementácia môže byť obzvlášť náročná pre poisťovne, ktoré nemajú silné holdingové zázemie. Pre poisťný trh

to môže znamenať, že príde k vlne spájania a akvizícií a požiadavky na kapitál môžu spôsobiť, že sa niektoré poisťovne stanú len pobočkami. V životnom poistení zároveň očakávame pokračovanie trendu väčšieho posunu k poisteniu na úkor investičnej a sporiacej zložky a pravdepodobne nám opäť stúpne záujem klientov o „garantované“ produkty. V oblasti neživotného poistenia

Vladimír Bezděk

Predseda predstavenstva a generálny riaditeľ poisťovne Generali Slovensko

Absolvoval Vysokú školu ekonomickú v Prahe a University of Manchester v Anglicku. V roku 1997 nastúpil do Inštitútu ekonómie Českej národnej banky. Neskôr sa stal analytikom fiškálnej politiky a poradcom Bankovej rady. Od roku 2003 pracoval ako manažér v oblasti fiškálnej politiky. Pôsobil tiež ako generálny riaditeľ poisťovne Aegon v ČR a predseda národného orgánu vlády pre dôchodkovú reformu – tzv. Bezděkovej komisie. V septembri 2010 nastúpil do funkcie predsedu predstavenstva a generálneho riaditeľa poisťovne Generali Slovensko. Od roku 2010 do leta 2012 bol členom NERVu. Je medzinárodne uznávaným ekonómom a odborníkom na dôchodkový systém.

Il Presidente del Consiglio di Amministrazione e Direttore generale di Generali Slovensko

Si è laureato alla Facoltà di Economia a Praga ed alla University of Manchester in Inghilterra. Nel 1997 entra nell'Istituto di Economia della Banca nazionale Ceca. In seguito è divenuto un analista di politica fiscale e consulente del Consiglio di Amministrazione della stessa Banca. Dal 2003 ha lavorato come manager nel settore della politica fiscale. Ha lavorato anche come CEO di Aegon Insurance in Repubblica Ceca ed è stato Presidente dell'ente governativo nazionale per la riforma delle pensioni. Nel settembre del 2010 è diventato Presidente ed Amministratore Delegato di Generali Slovacchia. La sua fama di economista ed esperto del sistema pensionistico è riconosciuta a livello internazionale.



no, è la direttiva del Parlamento Europeo, Solvency II. Si tratta di un nuovo concetto di controllo sulle compagnie di assicurazione, cioè una valutazione basata sul rischio della solvibilità globale formata da tre pilastri. Il risultato potrebbe essere che le compagnie assicurative più potenti diverranno ancora più forti e dopo la sua efficace incorporazione valuteranno il suo impatto nell'ottica della valutazione del capitale necessario a coprire i rischi. L'implementazione della direttiva Solvency II è comunque impegnativa per le risorse e le tecnologie IT. La realizzazione può essere particolarmente difficile per le compagnie assicurative che non rientrano in un contesto di holding. Questo può significare, per il mercato delle assicurazioni, una possibile ondata di fusioni e di acquisizioni, dal momento che i requisiti patrimoniali richiesti potrebbero costringere alcune compagnie assicurative a diventare semplici filiali.

Come reagisce Generali Slovacchia ai cambiamenti? Avete apportato importanti cambiamenti strategici nell'anno 2012?

La compagnia di assicurazioni Generali Slovacchia migliora ed innova continuamente i suoi servizi al cliente e la comunicazione con i clienti. In futuro

anche in Slovacchia ci aspettiamo un maggiore utilizzo dei servizi assicurativi attraverso moderne tecnologie. Attualmente stiamo incrementando i nostri servizi online e telefonici, abbiamo introdotto dei nuovi prodotti online e anche la segnalazione di polizze assicurative come l'RC auto e le assicurazioni contro gli infortuni tramite smartphone. Allo stesso tempo lavoriamo sulle innovazioni tecnologiche nella gestione delle polizze e nel risarcimento dei danni, in modo tale che il cliente possa ricevere il miglior servizio.

Quest'anno abbiamo deciso di apportare miglioramenti alla qualità dei servizi anche nella conclusione dei contratti assicurativi stessi, facendo in modo che il cliente sappia sempre esattamente che cosa ha negoziato nel suo contratto ed in quali situazioni è protetto. Per questi motivi, quest'anno, la cosiddetta analisi assicurativa personale e consulenza finanziaria nell'area dell'assicurazione è diventata parte della vendita delle polizze. Essendo la prima compagnia di assicurazioni nel mercato delle assicurazioni in Slovacchia, proponiamo non solo la versione cartacea della polizza, ma anche un software per le analisi utili nel futuro.

In un'apposita area di prodotto apportiamo miglioramenti sulla base delle

predpokladáme mierny rast v poisťení majetku. Poisťovne sa budú viac orientovať na vlastné portfólio, jeho udržanie, prípadne zvýšenie prepoistiteľnosti u existujúcich klientov. Čo sa týka poistenia áut, pôjde skôr o stagnáciu, prípadne mierny pokles hlavne z dôvodu predpokladaného zníženia predajnosti nových áut.

Ako na zmeny reaguje Generali Slovensko? Uskutočnili ste v roku 2012 významné strategické zmeny?

Poisťovňa Generali Slovensko neustále pracuje na nových vylepšeniach a inováciách v oblasti klientskeho servisu a komunikácie s klientom, pričom v budúcnosti očakávame aj na Slovensku vyššie využívanie poisťovníckych služieb prostredníctvom moderných technológií. V Generali Slovensko vylepšujeme v súčasnosti naše on-line a telefonické služby, zaviedli sme predaj nových on-line produktov, ako aj hlásenie poistných udalostí z PZP a havarijného poistenia cez smartphony. Zároveň pracujeme na

inováciách technológií pri správe poistiek a vyplácaní škôd tak, aby klient dostal čo najlepší servis.

Kvalitu služieb sme sa rozhodli v tomto roku vylepšiť aj pri samotnom uzatváraní poistných zmlúv tak, aby klient vždy vedel, čo si presne dojednal vo svojej zmluve a pri akých situáciách je chránený. Súčasťou predaja poistenia sa preto v tomto roku stala tzv. Osobná poistná analýza a finančné poradenstvo v oblasti poistenia. Ako prvá poisťovňa na slovenskom poistnom trhu prichádzame nielen s papierovou verzou, ale aj so softvérovou aplikáciou analýzy slúžiacej budúcim poistným expertom.

V oblasti produktu prinášame vylepšenia produktov na základe požiadaviek klientov. Zamerali sme sa na zmeny najmä v investičnom životnom poistení, pri poistení občianskej zodpovednosti a pri cestovnom poistení. Čo sa týka poistenia áut, vylepšeným produktom v prospech klienta je špeciálne havarijné poistenie s krytím nezavinенých

škôd, ktoré je finančne mimoriadne dostupné. Pilotne sme ho uviedli na trh v novembri 2011 a v tomto roku sme ho začali ponúkať samostatne. Uvedené zmeny sa snažíme premietiť aj do firemnej kultúry, aby Generali Slovensko vnímali ako „jasnú voľbu“ klienti, obchodní partneri, ako aj samotní zamestnanci.

Aký sledujete vývoj poistných produktov pre malé a stredné firmy?

Pre segment malých a stredných podnikateľov ponúka Generali Slovensko poistenie ProFi. Ide o veľmi flexibilné poistenie, v rámci ktorého vieme klientovi ušetriť zmluvu na mieru podľa jeho potrieb. Komplexnosť a rozsah poistenia sa zároveň pozitívne odráža na cene poistenia. Od apríla má Generali Slovensko ako jedna z prvých poisťovní na trhu vo svojom portfóliu poistenie zodpovednosti za environmentálnu škodu. Reaguje tak na novú legislatívnu úpravu, ktorá vstúpila do platnosti 1. júla 2012 a potvrdzuje tým status univerzálnej poisťovne.



esigenze dei clienti. Ci siamo concentrati principalmente sui cambiamenti nelle assicurazioni sulla vita (stipulate come investimento), nelle assicurazioni sulla responsabilità civile e nelle assicurazioni di viaggio. Sul fronte RC auto abbiamo migliorato il prodotto in favore del cliente con un'assicurazione contro gli infortuni speciali e con la copertura dei danni involontari. Abbiamo lanciato sul mercato questa nuova tipologia di prodotto nel novembre 2011 e nel

2012 abbiamo iniziato ad offrire questa speciale copertura anche separatamente. Cerchiamo di proiettare i cambiamenti indicati anche nella cultura della nostra società, affinché i clienti, i partner commerciali ed anche i dipendenti stessi percepiscano Generali Slovachchia come una "scelta chiara".

Com'è lo sviluppo dei prodotti assicurativi per le PMI?

Per il segmento delle piccole e medie

imprese Generali Slovachchia offre sicurezza ProFi. Si tratta di una copertura molto flessibile in cui possiamo adattare un contratto al cliente secondo le sue esigenze. La complessità e la dimensione dell'azienda influiscono positivamente sull'ammontare della polizza. Generali Slovensko offre, ed è una delle prime compagnie a farlo, una polizza per la responsabilità sui danni ambientali. Reagiamo così alla nuova legislazione in vigore dal 1° luglio 2012.

VÝSKUM A INOVÁCIE V MSP: ODPOVEĎ NA KRÍZU

RICERCA ED INNOVAZIONE NELLE PMI: UNA RISPOSTA ALLA CRISI

Alberto Russo

Počas roku 2011 firma ELIPS Slovakia v spolupráci s Vysokou školou ekonómie a manažmentu verejnej správy v Bratislave dôkladne analyzovala postavenie malých a stredných podnikov (MSP) na Slovensku. Zrealizovala výskum, ktorý zahŕňa 678 MSP. Tieto predstavujú reprezentatívnu vzorku aktuálneho stavu slovenských malých a stredných podnikov. Na základe dotazníka, ktorý tieto spoločnosti zodpovedali, bolo možné detailne monitorovať nielen prostredie, v ktorom sa nachádzajú, ale aj nástroje a bariéry, ktoré každodenne charakterizujú ich činnosť. Celkové výsledky tohto výskumu budú prezentované na jeseň 2012, avšak už teraz je možné upriamiť pozornosť na niekoľko úvodných

postrehov, ktoré sú predmetom tohto článku: MSP na Slovensku sa prakticky nepodieľajú na výskume a vývoji, nedomnievajú sa, že by mohli získať prístup k dostatočnému množstvu finančných zdrojov pre takéto aktivity, majú zväčša iné priority a sú zvyknuté jednať skôr v krátkodobom horizonte, ako hľadiť do budúcnosti. A to všetko aj napriek tomu, že výskum a vývoj je veľmi dôležitým nástrojom, ako takéto spoločnosti zabráni vlastnému zostarnutiu a smerovaniu k zániku.

ELIPS Slovakia je hlboko presvedčená, že výskum a vývoj je v súčasnosti najdôležitejším kľúčom k úspechu.

Ako je teda možné prekonať prekážky výskumu a vývoja, ktoré sú typické pre podniky malej a strednej veľkosti?

Odpoveď znie: Je potrebné spolu-



pracovať. Ak prevedieme to, čo je z pohľadu jednotlivých MSP považované za neuskutočniteľné do nového kontextu, kde zapojíme do aktivít partnerov z oboch strán (vstupnej i výstupnej) činnosti podniku, môže z toho vzniknúť iný rozmer, nová uskutočniteľná realita.

Vychádzajúc z uvedeného modelu výskumu a vývoja existuje možnosť prekonať prekážky, ktoré pramenia z nedostatku finančných zdrojov, odborných vedeckých znalostí a ľudských zdrojov, príslušných pre aktivity výskumu a vývoja. MSP by mali klásť dôraz na zapojenie predovšetkým svojich klientov a dodávateľov do týchto aktivít, ktorí s podporou skúsených projektových manažé-

Nel corso del 2011 ELIPS Slovakia, in collaborazione con l'università School of Economics and Management in Public Administration in Bratislava (SEMPA), ha analizzato a fondo lo stato delle Piccole e Medie Imprese (PMI) in Slovacchia. Ha realizzato una ricerca che ha visto coinvolte 678 PMI, che costituiscono un campione rappre-

sentativo della realtà delle PMI slovacche. Queste aziende, rispondendo ad un questionario, hanno consentito di fotografare in maniera approfondita l'ambiente in cui esse vivono, gli strumenti e le barriere che caratterizzano quotidianamente la loro attività. I risultati complessivi di questa ricerca verranno presentati in autunno 2012, ma già ora si possono fare

alcune osservazioni preliminari che sono l'oggetto di questo articolo: le PMI in Slovacchia praticamente non si occupano di R&D, non credono di poter avere l'accesso a risorse sufficienti per queste attività, hanno altre priorità, sono abituate a ragionare nel breve termine piuttosto che guardare al proprio futuro. Eppure l'R&D è essenziale per far sì

rov, výskumných centier a vysokých škôl, budú schopní získavať potrebné finančné prostriedky a know-how, nevyhnutné k vykonávaniu stájej činnosti výskumu a vývoja. Výsledkom bude trvalý rozvoj spoločnosti sprevádzaný nižším rizikom a vyššou maržou vďaka častému zavádzaniu nových produktov, na ktoré sa vzťahuje právo duševného vlastníctva, a neustálej optimalizácii procesov.

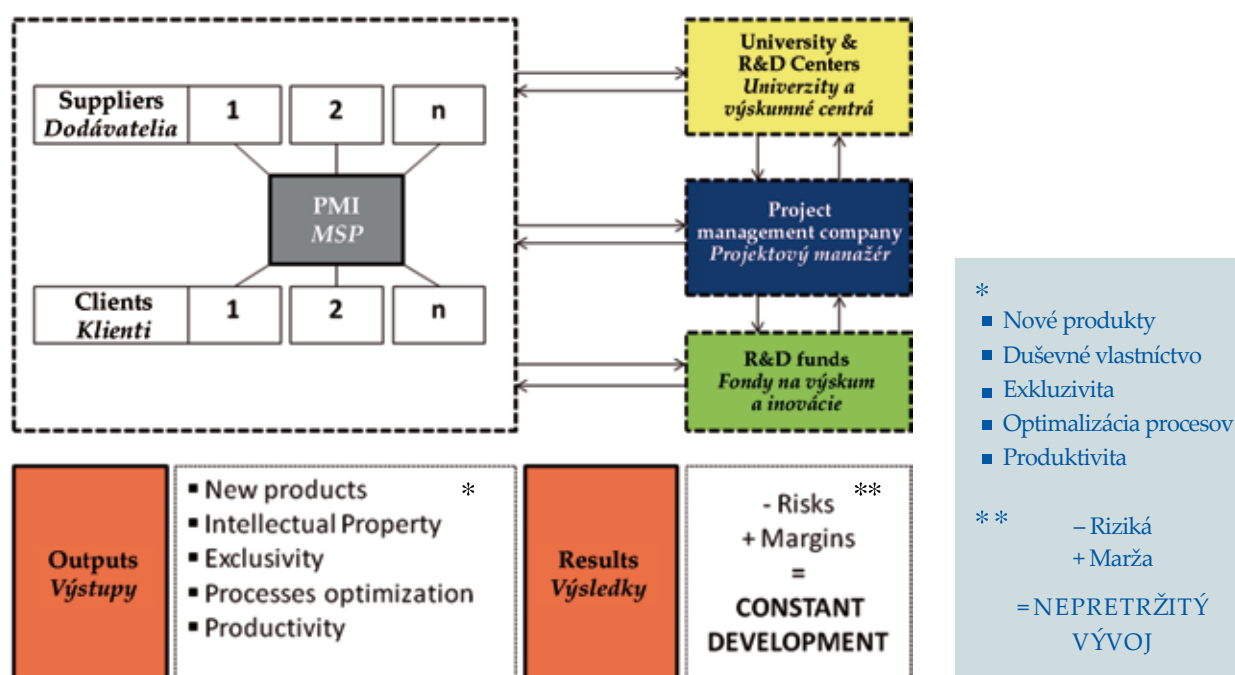
Európska komisia uznáva ústred-

nú úlohu, ktorú malé a stredné podniky zohrávajú v hospodárstve Európskej únie, a zaviedla tak celý rad programov a iniciatív zameraných na riešenie problémov, ktoré bránia ich rozvoju. V súčasnosti existuje vo všetkých členských štátoch spoločenstva, a teda aj na Slovensku, množstvo programov financovania výskumu a vývoja malých a stredných podnikov. Tieto programy podporujú podniky k vzájomnej spolupráci pre získanie spoločných

konkurenčných výhod.

„Keď vy máte jedno jablko a ja mám jedno jablko a tie jablká si vymeníme, tak stále budeme mať každý jedno jablko. Ale pokiaľ vy máte myšlienku a ja mám myšlienku a tie myšlienky si vymeníme, tak každý z nás bude mať dve myšlienky.“

(George Bernard Shaw)



che le aziende non diventino velocemente obsolete fino a scomparire.

ELIPS è profondamente convinta che l'R&D costituisca la chiave più importante del successo delle imprese nel tempo.

Ma come si può fare a superare le barriere all'R&D che sono tipiche delle piccole dimensioni aziendali?

La risposta è: bisogna fare squadra. Quello che guardato nel perimetro di una singola PMI è giudicato irrealizzabile, se posto in un contesto diverso, dove gli interlocutori a monte e a valle dell'impresa vengono coinvolti nelle attività, coglie una luce diversa e diventa realtà possibile. Seguendo il modello qui di seguito rappresentato, le barriere rappresentate dalla carenza di risorse finanziarie, know how

scientifico e risorse umane interne competenti per attività di R&D sono superate. Le PMI devono imparare a coinvolgere in queste attività innanzitutto i propri clienti e fornitori che con il supporto di project manager esperti, centri di ricerca e dipartimenti universitari sono in grado di recuperare i fondi necessari ed hanno tutto il know how che serve per svolgere permanentemente attività di R&D. Il risultato sarà uno sviluppo continuo dell'impresa accompagnato da minori rischi e margini maggiori grazie ad una frequente introduzione di nuovi prodotti coperti da diritti di proprietà intellettuale e processi ottimizzati costantemente.

La Commissione Europea riconosce il ruolo centrale che svolgono le PMI nell'economia dell'Unione ed ha implementato molti programmi ed ini-

ziative dedicate ad affrontare i problemi che ostacolano il loro sviluppo. Oggi, in tutti gli stati membri della Comunità e quindi anche in Slovacchia sono presenti diversi programmi di finanziamento delle attività R&D per le PMI che incoraggiano le imprese a cooperare tra loro per l'ottenimento di vantaggi competitivi condivisi.

“Se tu hai una mela, e io ho una mela, e ce le scambiamo, allora tu ed io abbiamo sempre una mela per uno. Ma se tu hai un'idea ed io ho un'idea, e ce le scambiamo, allora abbiamo entrambi due idee.”

(George Bernard Shaw)

Keď ide o **vašu budúcnosť**, poradíme
vám **životné poistenie**, ktoré
zabezpečí vás aj **vašich najbližších.**



GENERALI
SLOVENSKO

keby niečo

OCEŇUJEME SLOVENSKÉ FIRMY ZA ZNIŽOVANIE EMISIÍ CO₂

*PREMIAMO LE AIZENDE
SLOVACCHE CHE RIDUCONO
LE EMISSIONI DI CO₂*



Aký model pre využitie zelenej energie vo firmách a v podnikoch môže znížiť vaše náklady? Taliansko - Slovenská obchodná komora v spolupráci s odborníkmi a podnikmi na Slovensku hľadá tie najlepšie príklady využitia technológie na zníženie emisií uhlíka.

V spolupráci s ďalšími deviatimi partnermi realizujeme projekt programu EK - Inteligentná energia pre Európu - GBE Factory. Cieľom je zmapovanie a propagácia najlepších modelov zavedenia technológií, ktoré využívajú obnoviteľné zdroje energie a rekuperačné jednotky vo výrobnom alebo obchodnom procese.

GBE Factory sa snaží sformulovať efektívny model pre priemyselné alebo komerčné budovy, ktoré pracujú s „nulovými emisiami uhlíka“ alebo sa snažia znižovať

ich úroveň využívajúc OZE. Predmetom projektu sú aj priemyselné parky, ktoré do svojich podnikov dodávajú energiu vyrobenú z OZE priamo na mieste. Úspešné modely slovenských podnikateľov budú ocenené zlatým, strieborným alebo zeleným certifikátom kvality. Slovenské príklady budú ďalej prezentované na európskej úrovni.

Slovenské príklady, ktoré vás môžu inšpirovať v rozvoji vášho biznis modelu, sme objavili v pivovarníctve, drevárskej výrobe či turistickom ruchu a v priemyselných parkoch.

Spoločnosť HEINEKEN Slovensko spustila v roku 2010 vo svojom hurbanovskom pivovare do prevádzky zmodernizovanú čističku odpadových vôd. Okrem klasickej

funkcie, čiže čistenia kvapalného odpadu v areáli pivovaru, moderná kombinácia anaeróbného a aeróbného čistiacieho systému umožňuje zužitkovať energiu získanú priamo z procesu čistenia formou bioplynu. Len v prvom polroku 2011 bolo týmto spôsobom vyprodukovaných viac ako 200 000 kWh elektrickej energie.

Príklad jedného výrobcu energie, ktorý zásobuje viacerých spotrebiteľov, sme na Slovensku objavili v priemyselnom parku Chemes. V parku sa na výrobu energie používa biomas, ktorá pokrýva 20% zdrojov na výrobu tepla.

V technologickom parku Vlkanová firmy využívajú elektrickú energiu zo slnečnej elektrárne, ktorá je inštalovaná na streche výrobných hál. Inštalovaný výkon fotovoltického zdroja je 840kW s ročnou výrobnou kapacitou 1GWh. Na jeho výstavbu majitelia použili vlastné zdroje, ktoré sa vrátia do siedmich rokov.

Certifikát môže dostať každá slovenská firma, ktorá využíva energiu z OZE na vlastnú spotrebu.

Web stránka projektu: www.gbefactory.eu

V prípade záujmu zúčastniť sa projektu, odborných školení, seminárov a medzinárodných stretnutí energetických firiem kontaktujte TSOK.



Quale modello di impiego delle tecnologie dell'energia verde implementare nelle imprese per ridurre i costi? La Camera di Commercio Italo - Slovacca ha avviato in Slovacchia, in collaborazione con esperti ed aziende, la ricerca delle migliori applicazioni tecnologiche per ridurre le emissioni di carbonio.

LA CCIS realizza in collaborazione con altri nove partner il progetto GBE Factory della Commissione Europea – programma Intelligent Energy Europe. L'obiettivo del progetto è quello di analizzare e promuovere i migliori modelli per l'introduzione di tecnologie che utilizzano energie rinnovabili e che recuperano calore, sia nel processo produttivo che in fase commerciale.

GBE Factory tenta di formulare, sulla base della ricerca effettuata, un modello efficace per edifici industriali e commerciali che lavorano con "zero carbon", cercando di ridurre il livello di CO2 prodotto impiegando energie rinnovabili. Il progetto è rivolto anche ai parchi industriali, che forniscono alle loro aziende energia, prodotta da fonti rinnovabili, generata in loco. Alle aziende slovacche che usano tali tecnologie o processi saranno assegnati certificati di qualità in base all'intensità di impiego di energia pulita prodotta. Questi esempi saranno promossi a livello europeo.

In Slovacchia abbiamo ad oggi trovato esempi di imprese che possono ispirarvi ad evolvere il vostro modello di business in direzione di un efficace impiego di energia verde nei settori della produzione della birra, della lavorazione del legname e del turismo.

Heineken Slovacchia nel 2010 ha avviato nel suo birrificio il funzionamento del rinnovato impianto di trattamento delle acque reflue. Oltre alle funzioni classiche, ovvero la pulizia degli effluenti della birreria, una moderna combinazione di sistema di trattamento aerobico ed anaerobico, consente di sfruttare l'energia prodotta direttamente nel processo di trattamento sotto forma di biogas. Solo nella prima metà del 2011 sono stati prodotti in questo modo più di 200 000 kWh di energia elettrica.

Un esempio di produttore di energia che rifornisce un vasto numero di clienti è stato individuato nel parco industriale di Chemes. Il parco utilizza le biomasse per la produzione del calore, coprendo il 20% del fabbisogno delle aziende del distretto.

Le aziende tecnologiche del parco di Vlkanová usano energia solare, che viene installata sul tetto delle fabbriche. La capacità di potenza fotovoltaica installata è 840kW, con un 1GWh di capacità di produzione annuale. I proprietari degli edifici hanno utilizzato i loro fondi privati per la realizzazione ed il ritorno dell'investimento si prospetta entro sette anni.

Il certificato può essere dato ad ogni società slovacca che utilizza energia ricavata da fonti rinnovabili per uso proprio. Il sito web del progetto: www.gbefactory.eu

Se siete interessati a partecipare a sessioni di formazione, seminari ed incontri di aziende energetiche internazionali, non esitate a contattare la CCIS.

IMMERGAS, SILNÝ HRÁČ NA TRHU S KÚRENÁRSKOU TECHNIKOU

IMMERGAS,
IL GIOCATORE
FORTE SUL
MERCATO DEGLI
IMPIANTI DI
RISCALDAMENTO



Vznik spoločnosti IMMERGAS s.p.A. Taliansko sa datuje od roku 1964, kedy sa traja spoločníci z neďalekého severotalianskeho mestečka Brescello rozhodli založiť spoločnosť, ktorá sa už od samotného začiatku sústredila na vývoj a výrobu plynových vykurovacích zariadení. Spoločníci sa zhodli, že sa budú orientovať na výroby v oblasti plynárenského priemyslu, a to vďaka neustálemu rozvoju distribučnej siete v tomto smere. Takto vznikla trochu netypickým spôsobom aj značka, ktorú vymysleli pre svoje výrobky - IMMERGAS. Z nemeckého slova „immer“ (vždy) a zo slova „gas“ (plyn)

bolo už jednoduché prísť k zloženému slovu „immergas“, ktoré je do dnešného dňa pilotnou značkou spoločnosti. Ako spoločnosť postupne rástla s prebiehajúcou plynifikáciou Talianska naberali výrobky Immergas stále na väčšom význame. Už na začiatku 90-tych rokov sa značka Immergas stala najpredávanejšou značkou na talianskom trhu v oblasti závesných plynových kotlov. Medzitým majoritný podiel spoločnosti získal pán Romano Amadei (prezident spoločnosti Immergas S.p.A), ktorý spolu s druhým spoločníkom - pánom Carra - viedli spoločnosť k tomu, aby úspechy, ktoré

dosiahol Immergas na domácom trhu, boli premietnuté aj na exportné trhy.

Výraznejšie úspechy na exportných trhoch začala spoločnosť zaznamenávať práve na začiatku 90-tych rokov, kedy získala väčší trhovú podiel aj na takom dôležitom trhu, ako je napríklad Anglicko.

Na konci 90-tych rokov a v prvých rokoch 21. storočia začala spoločnosť otvárať nové filiálky v rôznych štátoch Európy, ale svoju pozornosť zamerala aj na Áziu, kde bola založená filiálka v Číne.

Od roku 2003 môžeme datovať vznik spoločnosti Immergas s.r.o. so sídlom

LIMMERGAS S.p.A. è nata nel 1964 quando i tre soci, provenienti da Brescello - piccola città del nord Italia - hanno deciso di fondare una società, che già dai suoi inizi si è concentrata sulla progettazione e costruzione di impianti di riscaldamento a gas. I soci hanno concordato

già dall'inizio che si sarebbero occupati del prodotto fortemente orientato al gas, dato lo sviluppo costante che, al tempo, interessava la rete distributiva. Da questo accordo, in modo un po' particolare, è nato anche il marchio che hanno scelto per i loro prodotti: IMMERGAS, composto da una parola

tedesca "immer" (sempre) e dalla parola "gas". Questo ha costituito ed ancora costituisce il marchio pilota della società.

Con la crescita della società e con la diffusione dell'utilizzo del gas naturale in Italia, i prodotti Immergas hanno acquisito un'importanza sempre maggiore. Già all'inizio



v Trenčine (Slovensko), ktorú získala materská spoločnosť Immergus, S.p.A. odkúpením majoritného podielu vtedajšieho importéra (spoločnosti Kesel). Už vtedy majiteľ pán Amadei uvažoval o rozšírení výroby aj mimo Talianska, ale v tej dobe sa skôr hovorilo o Číne ako o možnom strategickom favoritovi. Medzitým spoločnosť realizovala rôzne prieskumy o možnosti umiestnenia nového výrobného závodu aj v iných štátoch Európy, ako sú napr. Česká republika, Maďarsko, Rumunsko a, sa-

mozrejme, aj Slovensko.

Konečný výber padol na Slovensko a to z rôznych dôvodov. Strategické umiestnenie Slovenska a jeho blízkosť k trhom, na ktorých je značka Immergus známa a dobre predávaná, na ktorých má spoločnosť záujem sa ďalej rozvíjať a zvyšovať predaje.

Immergus Europe je prvým výrobným závädom spoločnosti Immergus, S.p.A., ktorý sa nachádza mimo územia Talianska. Sídlo fabriky je strategicky umiestnené na území Slovenska, v

degli anni '90 il marchio Immergus è diventato il più venduto sul mercato italiano nel settore delle caldaie pensili a gas.

Nel frattempo la quota di maggioranza è stata acquistata dal signor Romano Amadei (l'attuale presidente della società Immergus S.p.A.) il quale, insieme all'altro socio, sig. Carra, ha gestito la società con lo scopo di trasformare i successi ottenuti dalla Immergus sul mercato nazionale in altrettante affermazioni nei mercati d'esportazione.

I successi più significativi sui mercati d'esportazione sono stati ottenuti dalla società all'inizio degli anni '90 e, proprio in quel periodo, la società ha conquistato vaste quote anche in mercati importanti come, ad esempio, quello inglese.

Alla fine degli anni '90 e agli inizi del decennio 2000 la società ha cominciato ad aprire nuove filiali nei diversi paesi europei e, allo stesso tempo, ha concentrato la sua attenzione anche sull'Asia, con la fondazione di una filiale in Cina.

Dal 2003 il Gruppo è presente anche in Slovacchia, con la nascita della società Immergus s.r.o., avente sede a Trenčín. La controllata slovacca è stata creata dalla società madre tramite l'acquisto della quota di

maggioranza dalla compagnia importatrice Kesel.

In quegli anni il proprietario, signor Amadei, già pensava di espandere la produzione in un paese europeo al di fuori dell'Italia, ma in quel periodo si discuteva prevalentemente della Cina come investimento strategico.

Nel periodo successivo la società condusse diverse ricerche sulla possibilità di situare un nuovo stabilimento produttivo in Europa, vagliando paesi quali, ad esempio, la Repubblica Ceca, l'Ungheria, la Romania ed ovviamente anche la Slovacchia.

La scelta finale è ricaduta sulla Slovacchia per diverse ragioni, tra le quali la posizione strategica della Slovacchia e la sua vicinanza ai mercati sui quali il marchio Immergus è ben noto e venduto e nei quali la società ha interesse a sviluppare ed aumentare la vendita.

L'Immergus Europe è il primo stabilimento produttivo della società Immergus al di fuori del territorio italiano. La sede dello stabilimento è stata strategicamente posizionata, nella zona industriale di Matejovce, la quale offre più vantaggi dal punto di vista demografico e geografico. La produzione è

priemyselnom parku Matejovce, ktorý má z hľadiska prostredia viaceré demografické a geografické prednosti. Výroba bola úspešne spustená v roku 2008. Produkcia Immergus Europe je určená okrem slovenského trhu na export do ostatných krajín sveta.

Závod sa zameriava na výrobu dvoch typov kotlov z rady Star, ktoré patria medzi najpredávanejšie tradičné kotly v európskych krajinách.

Výrobný závod sa rozprestiera na ploche 8 000 m². Na dvoch moderných výrobných linkách pracuje 40 zamestnancov v dvoch zmenách. V roku 2011 výrobný závod vyprodukoval 110 000 ks kotlov rady Star, ktoré boli exportované do ostatných partnerských krajín. Od výberu vhodnej lokality na realizáciu výstavby nového výrobného závodu Immergus Europe až po spustenie výroby neprešlo ani nie rok a pol a výrobný závod bol schopný pracovať s plnou kapacitou na dvoch výrobných linkách.

Dnes môžeme povedať, že nový výrobný závod v Poprade sa plne integroval do systému výroby Immergus a výrobky vyrábané na Slovensku dosahujú tú najvyššiu kvalitu.

stata avviata nel 2008.

Oltre al mercato slovacco, la produzione dell'Immergus Europe è destinata anche all'esportazione negli altri paesi del mondo.

Lo stabilimento si concentra nella produzione di due tipi di caldaie della gamma Star, le quali appartengono alla categoria delle caldaie tradizionali più vendute nei paesi europei.

Lo stabilimento produttivo occupa un'area di 8.000 mq. Sulle due linee di produzione moderne lavorano 40 dipendenti su due turni. Nel 2011 lo stabilimento ha prodotto 110.000 pezzi delle caldaie di gamma Star, che sono state esportate in altri paesi partner.

Dalla scelta della località opportuna per la costruzione del nuovo stabilimento dell'Immergus Europe fino all'avviamento della produzione non è passato neanche un anno e mezzo e lo stabilimento è stato subito in grado di produrre a piena capacità sulle due linee produttive.

Oggi possiamo dire che il nuovo stabilimento produttivo a Poprad si sia integrato interamente nel sistema della produzione Immergus e che i prodotti fatti nella Slovacchia raggiungano i livelli di qualità superiore.

POLIECO, MEDZINÁRODNE ZAMERANÁ FIRMA

POLIECO, UN'AZIENDA VOTATA ALL'INTERNAZIONALITÀ



Zo skúseností, ktoré získala rodina Tonelli v oblasti zlúčenín polyolefínov, Polieco začalo so svojou činnosťou v roku 1992 v Cazzago San Martino blízko Bresci, kde je dnes situovaná centrála aj hlavný podnik.

Skupina Polieco má dnes 500 pracovníkov s ročnými tržbami vyše 170 miliónov EUR, 8 aktívnych podnikov alokovaných v 6 krajinách, čo ju stavia do pozície lídra v Európe v oblasti produkcie a predaja korugovaných rúr pre káblové chráničky, kanalizáciu a drenáž. Polyetylénové výrobky spoločnosti Polieco môžeme rozdeliť do štyroch základných kategórií:

- káblové chráničky: polyetylénové rúry vysokej hustoty (HDPE) určené na ochranu elektrických, telefónnych

a dátových káblov;

- drenáž a vsakovanie: polyetylénové rúry s vysokou hustotou (HDPE) určené na umelé odvodňovanie terénu;
- kanalizácie: rúry určené na kanalizačné siete;
- šachty a tvarovky: výrobky určené na spájanie rúr a šacht.

Základná filozofia úspechu Polieco Group sa môže zhrnúť do 3 rôznych konceptov: úsilie v práci, inovácie v technológiách a rešpektovanie prostredia.

Polieco už od vzniku nasledovalo cieľ rozvíjať stále nové predvojové technológie ponúkaním ako prvé na trhu vysoko kvalitné káblové chráničky na začiatku 90-tych rokov. V tomto duchu na konci roku 1995 Polieco začalo s výrobou a predajom rúry Ecopal v Taliansku, štruktúrovanej vlnitej polyetylénovej rúry, roky využívané

della rete fognaria (con marchio Ecopal);

- chiusini stradali in materiale composito.

La filosofia che sta alla base del successo del Polieco Group è riassumibile in tre differenti concetti: impegno nel lavoro, innovazione tecnologica e rispetto dell'ambiente.

Polieco, sin dalla nascita, ha perseguito l'obiettivo di ricercare soluzioni tecniche sempre più innovative e all'avanguardia, offrendo per prima sul mercato italiano, agli inizi degli anni '90, il tubo cavidotto, con alti standard di qualità. In quest'ottica, nel lontano 1995, il Gruppo ha iniziato la produzione e vendita in Italia del tubo Ecopal, un tubo strutturato corrugato in polietilene da anni in uso nei paesi del nord Europa e negli Stati Uniti, colmando così il gap esistente nel mercato nazionale delle fognature e dei drenaggi.

Un passaggio fondamentale nella crescita del Gruppo è stata inoltre, a partire dalla



*Riesheria a sistemi pre kanalizáciu, drenáž a vsakovanie

v krajinách severnej Európy a v USA, a tak vyplnilo existujúcu diery na talianskom trhu kanalizácií a odvodňovaní.

Podstatný krok v raste Polieco Group od 90-tych rokov bola okrem iného aj

fine degli anni '90, la scelta di delocalizzare l'attività produttiva.

Perché la scelta di internazionalizzare l'azienda arriva negli anni novanta, cosa cambia nel settore?

La scelta è stata dovuta ad una contingenza dettata dal bisogno di avvicinarsi al mercato di destinazione del prodotto anche per abbattere i costi di trasporto che incidono troppo sul valore di scambio della merce. Così nel 1999 prendono vita Polieco France SA e Polieco Espana SA a cui seguono lo stabilimento di Conza della Campania, ed in seguito Polieco Hellas e lo stabilimento Polieco Slovakia SRO nel 2008.

Perché la scelta della Slovacchia, e qual è stato il suo vantaggio competitivo rispetto agli altri paesi della zona?

Grazie alla posizione strategica dello stabilimento di Gbely, circa 80 km a nord di

Sulla scorta dell'esperienza maturata dalla famiglia Tonelli nel settore dei compounds di poliolefine, Polieco inizia la sua attività nel 1992 a Cazzago San Martino, vicino a Brescia, dove oggi sono presenti la sede e lo stabilimento principale.

Il Gruppo Polieco conta ad oggi oltre 500 collaboratori per un fatturato che supera i 170 milioni di Euro annui con 8 stabilimenti produttivi dislocati in 6 nazioni, ponendosi come leader in Europa nella produzione e commercializzazione di tubi strutturati corrugati a doppia parete, in polietilene ad alta densità e operando su quattro tipologie principali di prodotti:

- cavidotti: tubazioni destinate alla protezione dei cavi nelle installazioni elettriche e telefoniche;
- drenaggi: tubazioni per il drenaggio artificiale dei terreni;
- fognature: tubazioni per la canalizzazione

voľba premiestniť výrobnú činnosť.

Prečo voľba zmedzinárodniť podnik prišla v rokoch 90-tych, čo sa mení v sektore?

Nepredvídaná okolnosť vyplývajúca z potreby priblížiť sa cieľovému trhu produktu a tiež aj pre zníženie nákladov na dopravu, ktorá má príliš veľký vplyv na výmennú hodnotu tovaru. A tak v roku 1999 vznikli Polieco France SA a Polieco Espana SA, a následne sa zriadil závod Conza v Kampánii, potom Polieco Hellas a závod Polieco Slovakia s.r.o. v roku 2008.

Prečo práve Slovensko a aká bola jeho konkurenčná výhoda v porovnaní s inými krajinami z tejto oblasti?

Vďaka strategickej pozícii závodu Gbely, 80 km severne od Bratislavy, je Polieco Slovakia schopné zásobovať okrem tradičných trhov aj krajiny východnej Európy – Česká republika, Maďarsko a Poľsko – Rakúsko, Ukrajinu, Bielorusko a Rusko. Premiestnenie Polieco nebolo odpoveďou ako diktujú trendy posledných pätnásť rokov, dokončenu výlučne na zníženie nákladov na výrobu, často na škodu zamestnanosti, ale predovšetkým priblíženie sa čo najviac trhom, na ktorých predáva.

Od roku 1996 je činnosť Polieco otvorená integrovaným systémom a riešeniam pre kanalizačné siete a odvodňovacie systémy ako systém Ecopal, vymyslený a dosadený na trh Poliecom.

Prečo tento nápad rozvinúť výskum na takýto produkt? Na akú potrebu

Bratislava, Polieco Slovakia è in grado di servire, oltre al suo mercato di riferimento, anche paesi come Repubblica Ceca, Ungheria, Polonia, Austria, Ucraina, Bielorussia e Russia. La delocalizzazione di Polieco non è stata una risposta, come vuole il trend degli ultimi quindici anni, finalizzata esclusivamente ad abbattere i costi di produzione, spesso a discapito dell'occupazione, ma piuttosto un avvicinarsi il più possibile ai mercati di sbocco.

A partire dal 1996 l'attività di Polieco si è aperta verso soluzioni e sistemi integrati per le reti fognarie e per il collettamento delle acque meteoriche, come il sistema Ecopal, inventato e lanciato sul mercato da Polieco.

Come mai l'idea di sviluppare la ricerca su un prodotto del genere? A quale necessità del mercato risponde?

Il problema del trattamento dei reflui civili e industriali da tempo ha assunto grande importanza, sia sotto l'aspetto della salvaguardia dell'ambiente che della tutela dell'uomo.

na trhu odpovedá?

Problematiche di pulizia comunali e industriali e di smaltimento dei rifiuti è da tempo di grande importanza, sia sotto l'aspetto della salvaguardia dell'ambiente che della tutela dell'uomo. Neustála angažovanosť vo výskume, veľká plánovacia kapacita a dôraz na vývin materiálov a technológií v oblasti odpadových komunálnych a priemyselných vôd, umožnila Poliecu vyvíjať stále nové a environmentálne riešenia ako aj čistiace systémy. Najnáročnejšia výzva sa ale iba začala. Polieco sa chcelo opäť odlišiť ako pozitívny príklad riadiacich a technických schopností v malom až strednom talianskom priemysle skúmajúc s podnikateľskou odvahou a vysokou firemnou flexibilitou nové cesty rastu a vývoja na trhu kanálových poklopov.

Ako bola určená táto voľba? Akým potrebám zodpovedá tento produkt?

Vďaka uvedomeniu si svojich schopností inovovať, neustálemu úsiliu a odhodlaniu Polieco hľadalo, okrem budúcnosti, na maximálnu ochranu životného prostredia. Odtiaľto pochádza nápad vstúpiť na trh s cestnými kanálovými poklopami s jednou dôležitou novinkou: KIO – KOMPOSITE INNOVATION. Podľa zakladateľa a prezidenta skupiny Luigiho Tonelliho „KIO je revolučný produkt. Očakávame, že v priebehu budúceho roka môžeme okupovať prvú malú časť na veľkom trhu, položiť tak základy pre budúce rozširovanie sa, predovšetkým

v špecifických sektoroch, v ktorých tradičné materiály môžu byť nevhodné alebo, dokonca, nebezpečné.“

Ovocie činnosti Laboratória výskumu a vývoja - KIO - je predurčené na prevrat na trhu s bývaním a cestnými komunikáciami. Kanálové poklopy a podobné telesá sa vyznačujú značne nižšou hmotnosťou ako klasické poklopy (okolo 70% menej). Sú ľahšie ovládateľné, odolnejšie voči chemickým látkam a absorbujú lepšie zvuk.



Cestný kanálový poklop „KIO – Composite Innovation“
Chiusino stradale “KIO – Composite Innovation”

L'impegno costante nella ricerca, la grande capacità progettuale e l'attenzione all'evoluzione dei materiali e delle tecnologie nel settore del trattamento delle acque reflue, civili e industriali, ha permesso a Polieco di sviluppare sempre soluzioni innovative e rispettose dell'ambiente, come i sistemi di depurazione. Ma la sfida maggiormente impegnativa è appena cominciata. Polieco, ancora una volta, si è voluta contraddistinguere come esempio positivo delle capacità manageriali e tecnologiche della piccola e media industria italiana, esplorando, con coraggio imprenditoriale e grande flessibilità aziendale nuove vie di crescita e di sviluppo del mercato dei chiusini.

Come è stata fatta questa scelta?

A quali esigenze risponde questo prodotto?

Grazie alla consapevolezza delle proprie capacità di innovare, al costante impegno ed alla determinazione, Polieco ha guardato oltre, al futuro, e sempre nel massimo rispetto

dell'ambiente.

E da qui la scelta di entrare nel mercato dei chiusini stradali con un'importante novità: KIO – KOMPOSITE INNOVATION. Secondo il fondatore e Presidente del Gruppo, Luigi Tonelli, “KIO è un prodotto rivoluzionario. Ci aspettiamo che nel corso del prossimo anno possa occupare una piccola iniziale quota di un grande mercato, ponendo così le basi per una successiva diffusione, soprattutto in specifici settori in cui i materiali tradizionali possono risultare poco adatti o addirittura pericolosi”.

Frutto dell'attività del laboratorio Ricerca & Sviluppo, KIO, è destinato a rivoluzionare il mercato dell'edilizia e dell'urbanistica stradale nella realizzazione di chiusini e relativi telai, con un peso notevolmente inferiore rispetto al chiusino convenzionale (circa il 70% in meno), maneggevolezza, resistenza alle sostanze chimiche, e alta capacità fonoassorbente.

KRÁĽ BRATISLAVSKÝCH KAVIARNÍ

IL RE DEL CAFFÈ DI BRATISLAVA

GreenTree stavia na efektívnej organizačnej štruktúre a stálom monitoringu kvality služieb, odhalil Vittorio Ventura, konateľ GreenTree Caffè

GreenTree si fonda su di un'efficiente struttura gestionale ed un continuo monitoring della qualità dei servizi, ha svelato Vittorio Ventura, Amministratore delegato di GreenTree Caffè



made with love

Kolko rokov je už sieť kaviarní GreenTree prítomná na Slovensku?

V Bratislave sme už tri roky. Dobrodružstvo kaviarne GreenTree sa začalo v lete roku 2009 potom, ako sme prevzali slovenskú značku Coffee Heaven, sieť kaviarní dobre etablovanú v strednej Európe (najmä v Poľsku a Českej republike), ktorá bola kótovaná na londýnskej burze cenných papierov a následne prevzatá spoločnosťou Whitbread. Whitbread

vlastní rovnako aj značku Costa coffee, nepopierateľného európskeho lídra v biznise retailového kávového priemyslu.

Biznis model propagovaný sieťou GreenTree sa radikálne odlišuje od modelu, ktorý doviedol k úspechu mnohé iné medzinárodné siete kaviarní. Čo si myslíte, že je teda kľúčom k úspechu GreenTree v Bratislave?

GreenTree je presne to, čo sa v anglosaskom svete nazýva independent

Da quanti anni è presente in Slovacchia con GreenTree?

Siamo presenti a Bratislava da tre anni. L'avventura di GreenTree caffè ha avuto inizio nell'estate del 2009, a seguito dell'acquisizione da parte nostra della branch slovacca di Coffee Heaven, una catena di caffetterie molto affermata nell'Est Europa (soprattutto in Polonia

e Repubblica Ceca), quotata al mercato ristretto della borsa valori di Londra, e successivamente acquisita da Whitbread, proprietaria del marchio Costa Coffee, leader indiscusso in Europa nel retail coffee industry business.

Il modello di business promosso da GreenTree è radicalmente diverso da quello che ha portato al succes-

so numerose catene internazionali di caffetterie; quindi dove individua la chiave di successo che ha permesso alla vostra azienda di affermarsi a Bratislava?

GreenTree è ciò che viene chiamata nel mondo anglosassone una coffee house chain independent, cioè una catena di caffetterie dalle ridotte dimensioni, ra-



Vittorio Ventura, konateľ GreenTree Caffè

Vittorio Ventura, Amministratore delegato GreenTree Caffè

dicata a livello locale.

In effetti, nel contesto attuale, è proprio questo modello di business, caratterizzato da un alto standard qualitativo offerto, ad aver dimostrato una maggiore capacità di penetrare nel tessuto sociale locale, rispetto alle grandi catene di caffetterie, che con l'avvento della crisi economica globale hanno invece subito dei grossi contraccolpi.

Non è stata solo la nascita dei così detti independents ad erodere il mercato delle grandi catene di caffetterie, ma anche, e soprattutto, l'avvento della crisi economica, che ha comportato inevitabilmente una contrazione dei ricavi conseguente al rallentamento dei consumi, con riflessi negativi sul conto economico, aggravati dall'incidenza dei costi di loca-

zione sottoscritti nel periodo ante-crisi (ed aumentati a dismisura fino al 2007). Questi aspetti hanno minato definitivamente un modello di crescita incentrato prettamente sull'espansione, che aveva caratterizzato il decennio precedente, costringendo le grandi catene di caffetterie a chiudere molti punti vendita. Basti pensare a Starbucks, la maxi-catena di caffetterie americana, che ha chiuso nel 2009 più di 600 negozi soltanto negli U.S.A., licenziando circa 12 mila impiegati.

È importante, nel vostro settore, dotare l'azienda di una struttura organizzativa efficiente?

GreenTree si è dotata da subito di una

coffee house chain, t.j. sieť menších kaviarní zakorenená v lokálnom prostredí. V podstate v súčasnom kontexte je práve toto biznis model charakterizovaný ponukou vysokého kvalitatívneho štandardu, ktorý preukazuje vyššiu schopnosť preniknúť do sociálneho prostredia v danej lokalite v porovnaní s veľkými kaviarenskými reťazcami, na ktoré mal príchod ekonomickej krízy silný dopad. Nebol to len vznik tzv. independents, ktoré podkopali trh veľkých kaviarenských reťazcov, ale najmä príchod ekonomickej krízy, ktorý nevyhnutne znamenal pokles výnosov ako následok zníženia spotreby. Na horšie ekonomické výsledky mali dopad aj ceny nájomov zo zmlúv uzavretých pred krízou a tie sa nadmerne zvyšovali až do r. 2007. Tieto aspekty podlomili model rastu založený na expanzii charakterizujúci predchádzajúce desaťročie, ktorý prinútil veľké kaviarenské reťazce uzavrieť mnoho prevádzok. Stačí pomyslieť na Starbucks, americký kaviarenský

struttura organizzativa efficace, in grado di favorire la crescita dell'azienda e di consentire un monitoraggio costante dell'andamento delle caffetterie.

Tutto questo è stato possibile grazie alla predisposizione di procedure gestionali adeguate che regolano tutte le funzioni aziendali e, non per ultimo, garantiscono l'applicazione dei principi del sistema di autocontrollo igienico HACCP (Hazard Analysis and Critical Control Points) sulla qualità alimentare, in particolare riguardo salubrità e sicurezza, concetto che va oltre alla semplice soddisfazione del cliente.

A fianco alle procedure operative, GreenTree si è inoltre dotata di un software gestionale in grado di controllare in tempo reale, e da remoto, l'andamento delle caffetterie, la consistenza delle giacenze a magazzino e di consentire un efficace controllo di gestione.

Cosa migliorare e cosa imparare dal settore dei servizi e della ristorazione slovacca?

Credo sia difficile parlare in Slovacchia di un vero e proprio background imprenditoriale nel così detto settore ho.re.ca, sia per ragioni storiche che per ragioni

maxirefazez, ktorý len v USA zavrel v r. 2009 viac ako 600 obchodov a prepustil okolo 12-tisíc zamestnancov.

Je dôležité vybaviť firmu efektívnou organizačnou štruktúrou vo vašom sektore podnikania?

GreenTree mala od začiatku tak efektívnu organizačnú štruktúru, že umožňovala rast podniku, a zároveň stály monitoring chodu kaviarní. Toto všetko bolo možné vďaka príprave vhodných riadiacich procedúr, ktoré regulujú fungovanie podniku a popritom garantujú aplikáciu princípov samokontrolného hygienického systému HACCP

(Hazard Analysis and Critical Control Points) zabezpečujúceho, aby potraviny boli kvalitné, zdraviu prospešné a bezpečné. Je to koncept presahujúci obyčajné uspokojenie klienta.

Okrem výkonných procedúr je GreenTree opatrená riadiacim softvérom schopným kontrolovať v reálnom čase a z diaľky chod kaviarní, stav nepredaných zásob a umožňujúcim účinnú kontrolu riadenia.

Čo vylepšiť a čo sa naučiť zo sektoru služieb reštauračných služieb na Slovensku?

Myslím, že je ťažké hovoriť na Slovensku o pravom podnikateľskom

základe v danom sektore, či už z dôvodov historických alebo kultúrnych.

Bratislava sa v posledných rokoch určite pozápádnila aj z pohľadu poskytovania reštauračných služieb, otvorilo sa mnoho nových reštaurácií, z veľkej časti zahraničných, a je citeľné značné úsilie o zlepšenie v tomto sektore. Napriek tomu, je podľa môjho názoru treba urobiť ešte veľa práce, aby sa dosiahol štandard, na ktorý sme zvyknutí v Taliansku. To sa týka ako služieb, tak kvality produktov. Za tým účelom by bolo žiaduce obnovenie vzdelávacích programov a metodológie na slovenských hotelových akadémiách, ktoré sa príliš koncentrujú na



[Foto Giorgio Deagigi]

culturali.

Certamente, da diversi anni a questa parte, Bratislava si è occidentalizzata anche dal punto di vista della ristorazione, sono infatti stati aperti tanti nuovi ristoranti, molti dei quali stranieri, ed è percepibile uno sforzo notevole verso il miglioramento in questo settore. Tuttavia, a mio avviso, c'è ancora molto da fare per raggiungere gli standard ai quali siamo abituati in Italia, sia per quanto concerne il servizio, sia per

quanto riguarda la qualità dei prodotti. A tal fine, a mio avviso, sarebbe auspicabile un rinnovamento nei programmi di didattica e nella metodologia delle scuole alberghiere slovacche, in quanto troppo incentrate sull'insegnamento delle pretese e dei formalismi, tipiche della ristorazione tradizionale alberghiera (oggi fuori moda!), oltre che largamente superata dalla così detta ristorazione commerciale e creativa.

Nelle sue caffetterie c'è probabilmente lo staff con più elevata anzianità professionale di tutte le caffetterie in città. I commessi di GreenTree vengono valutati molto positivamente dalla clientela e costituiscono una parte importante del successo della catena. Come riesce a prolungare la permanenza dei dipendenti in un settore dove l'alto turn-over dello staff è quasi una regola, e come riesce a motivarli?

výučbu okázalosti a formalizmov typických pre tzv. tradičné hotelové stravovanie (v súčasnosti zastarané) namiesto tzv. komerčného a kreatívneho stravovania, ktoré to tradičné výrazne prevyšuje.

Predavači v GreenTree sú klientou hodnotení veľmi pozitívne a tvoria dôležitú súčasť úspechu reťazca. Ako sa vám darí predĺžiť zotrvanie zamestnancov v sektore, kde vysoká fluktuácia zamestnancov je skoro pravidlom, a ako ich motivujete?

Vysoká fluktuácia zamestnancov je rozšírený problém v našom sektore v Bratislave. Má to negatívne dopady na kvalitu služieb ponúkaných klientom a na správne fungovanie organizácie podniku. Vytvoril tím pracovníkov, ktorý je pripravený a zohraný, bol už od začiatku jeden z našich hlavných cieľov. Dobré sme vedeli, že – najmä v sektore, v ktorom operujeme – to, čo firmu robí stabilnou, inovatívnou a rastúcou, sú zamestnanci, ich motivácia a en-

tuziazmus.

V súlade s týmto cieľom sme prijali rôzne postupy spôsobilé znížiť fluktuáciu zamestnancov na minimum. Predovšetkým sme upravili platy (v opačnom smere ako naši konkurenti) na priemer na trhu, berúc do úvahy životné náklady v hlavnom meste.

Okrem toho sme vybavili GreenTree precíznou a pedantnou organizáciou, ktorá je spôsobilá zhodnotiť schopnosti jednotlivcov.

Aby sme zvýšili pocit spolupatričnosti našich zamestnancov, organizujeme pravidelne stretnutia a oslavy so zamestnancami.

Nakoniec, aby sme povzbudili personál k dosiahnutiu cieľov rastu, založili sme súťaž o „zamestnanca roka“ (odovzdávanie cien prebieha pri vianočnej večeri), v ktorej sú oceňovaní najzaslúžitejší zamestnanci. Tí sú vyberaní podľa systému bodovania, ktorý hodnotí A) teoretickú prípravu, B) schopnosť predaja, C) ocenenie služieb zo strany verejnosti.

Aké najnovšie trendy určujú aktuálny smer vo vašom odvetví?

Kontinuálna inovácia je v našom odvetví povinnosťou. Je veľmi dôležité prekvapiť klienta novými produktmi, a to si vyžaduje neustálu analýzu noviniek na trhu a nekončiacu komunikáciu a marketing. K tomuto je predovšetkým nutné byť pozorný k požiadavkám verejnosti. Preto je dnes nevyhnutné využiť najrozšírenejšie sociálne siete, aby sa všetkým umožnilo komunikovať so značkou a tak priamo prispievať k jej zlepšovaniu a rastu. Zároveň je rovnako nevyhnutné sledovať nové tendencie a zúčastňovať sa veľtrhov a medzinárodných udalostí. GreenTree sa napríklad zúčastňuje Európskeho kávového sympózia, ktorého účastníkmi sú aj všetky veľké kaviarenské reťazce, a rovnako aj mnohých udalostí Medzinárodného inštitútu ochutnávačov kávy, ktorý je orientačným bodom pre všetkých podnikateľov v tomto odvetví.

L'alto tasso di turn-over di dipendenti è un problema comune a molte aziende del nostro settore a Bratislava, con conseguenti effetti negativi sulla qualità del servizio verso i clienti ed il corretto funzionamento del sistema organizzativo aziendale. Costruire una squadra preparata ed un team affiatato è stato fin da subito uno dei nostri obiettivi primari, ben sapendo che – soprattutto nel settore nel quale operiamo - ciò che rende un'azienda solida, innovativa ed in crescita sono i dipendenti, la loro motivazione ed il loro entusiasmo.

Coerentemente con questo obiettivo abbiamo adottato diverse politiche in grado di ridurre al minimo il turn-over dei dipendenti.

Innanzitutto abbiamo adeguato gli stipendi (in controtendenza rispetto ai nostri competitors) alla media di mercato ed in considerazione del costo della vita nella capitale.

Inoltre abbiamo dotato GreenTree di una organizzazione aziendale precisa e puntuale in grado di valorizzare la capacità delle singole persone.

Per accrescere poi il senso di appartenenza e comunità all'interno dell'azien-

da organizziamo regolarmente incontri e feste con i dipendenti.

Infine, per incoraggiare il personale al raggiungimento degli obiettivi di crescita ci siamo inventati il concorso "impiegato dell'anno" (la cui premiazione avviene durante la cena di Natale!) in cui vengono premiati i dipendenti più meritori secondo un sistema di punteggi in cui vengono valutate A) preparazione teorica, B) capacità di vendita e C) apprezzamento del servizio da parte del pubblico.

Come può innovarsi una catena di caffetterie? Esistono tendenze di frontiera in questo settore di business?

Innovare continuamente è un must nel nostro settore. Stupire il cliente con nuovi prodotti è importantissimo e ciò richiede un'analisi costante delle novità sul mercato ed un lavoro incessante di comunicazione e marketing pubblicitario. Per fare questo è innanzitutto necessario essere attenti alle richieste ed alle esigenze del pubblico. Sotto questo aspetto è oggi fondamentale avvaler-

si dei social networks più diffusi, per consentire a tutti di comunicare con il brand e contribuire direttamente al suo miglioramento ed alla sua crescita. Poi, è certamente necessario essere attenti alle nuove tendenze e partecipare a fiere ed eventi internazionali. GreenTree, ad esempio, è presente all'European Coffee Symposium, a cui partecipano tutte le più grandi catene di caffetterie, oltre che a numerosi eventi dell'Istituto Internazionale Assaggiatori Caffè, punto di riferimento fondamentale per tutti gli operatori di questo settore.



AKO POSTAVIŤ MALÝ RAJ NA ZEMI

COME COSTRUIRE UN PICCOLO PARADISO

Marco Macori: Rozdiel v kvalite infraštruktúry a ponuke služieb bude pre developerské projekty rozhodujúci

Marco Macori: le infrastrutture ed i servizi offerti faranno la differenza tra i diversi progetti urbanistici.



Zastupujete skupinu talianskych investorov, ktorí sa rozhodli v posledných rokoch investovať na Slovensku, mohli by ste nám vysvetliť prečo ?

Niektoré zo skupín, ktoré zastupujem, sú prítomné v krajine už niekoľko rokov a sledovali jej dôležitý ekonomický a sociálny rozvoj. Keď som v roku 2007 prišiel do Bratislavy, ocitol som sa v modernej krajine s rýchlym rozvojom a úplnou integráciou do susedných

európskych štruktúr. Mladosť trhu, predovšetkým toho realitného, a silná banková infraštruktúra, ktorá maximálne podporovala investície a pôžičky súkromnému sektoru presvedčili našu skupinu, aby vstúpila do tohto projektu, na ktorý sme dnes veľmi hrdí.

Momentálne propagujete oblasť naprojektovanú integrovaným spôsobom, môžete nám vysvetliť výhody takého inovatívneho rozhodnutia?

Často sa stretávame s oblasťami, ktoré boli postavené, ale neboli „premyslené.“ Realizácia nového osídlenia rezidentného, priemyselného alebo obchodného charakteru znamená výraznú zmenu štruktúry krajiny, ktorá ju obklo-

puje. Začať precíznou analýzou krajiny je základnou podmienkou pre vytvorenie produktu, ktorý zabezpečí udržateľnosť jej kvalít v priebehu rokov a nepredstavuje len čisto špekulatívnu operáciu. Myslieť na oblasť znamená analyzovať jej kritické vlastnosti a následne nájsť riešenia, ktoré dokážu zmeniť tieto negatíva na silné body. Podľa môjho názoru sa stretávame príliš často s „králikárňami,“ pri ktorých sa investor snažil vytvoriť maximálny počet miest na predaj a pritom zabúdal na spoločné zóny, ako sú parky, chodníky a cyklistické chodníky.

Lokality stredných a veľkých rozmerov by mali predstavovať malé samostatné oblasti, kde by mali budúci obyvatelia nájsť všetko potrebné pre zvýšenie kvality ich

Lei rappresenta un gruppo di investitori italiani che in questi anni hanno deciso di investire in Slovacchia, ci spiega i motivi di tale scelta?

Alcuni dei gruppi che rappresento sono presenti nel Paese da diversi anni ed hanno assistito alla sua importante crescita dal punto di vista economico e sociale. Quando nel 2007 sono arrivato a Bratislava mi sono trovato di fronte ad un Paese moderno, in forte sviluppo,

all'avanguardia e profondamente integrato agli stati europei limitrofi. La freschezza del mercato, in particolare quello immobiliare, e la sua solidità, con un sistema bancario che supportava gli investimenti ed i mutui al privato, hanno convinto il nostro gruppo ad entrare con decisione in questo progetto di cui oggi andiamo molto fieri.

Attualmente state promuovendo un'area progettata in maniera integrata, ci spiega i vantaggi di una

scelta così innovativa?

Spesso ci troviamo di fronte ad aree costruite ma "non pensate". Realizzare nuovi insediamenti di natura residenziale, commerciale o industriale vuol dire modificare profondamente l'assetto del territorio e tutto ciò che lo circonda. Partire da uno studio profondo ed accurato del territorio è una condizione essenziale per riuscire a creare un prodotto che mantenga le sue qualità nel corso degli anni e che non rappresenti unicamente un'operazione speculativa.

života a života ich rodiny.

Mimoriadna pozornosť bola venovaná inžinierskym sieťam a urbanizácii oblasti. Predstavuje správne rozhodnutie investovať do niečoho, čo verejná mienka len ťažko ocení a vezme do úvahy?

Projektovanie oblasti je niečo, čo by malo zabezpečiť vysokú kvalitu života jej budúcich obyvateľov. Práve preto nestačí poskytnúť im len územie, ktoré bude následne zastavané, ale je potrebné integrovať ho do konceptu, ktorý z dlhodobého hľadiska bude predstavovať harmonický a funkčný rast v súlade s ich očakávaniami. Mohli sme zabezpečiť urbanizáciu len určitej časti územia a zvyšok presunúť do budúcnosti, ale to by predstavovalo opustiť základné charakteristiky projektu. Realizácia inžinierskych sietí vo viacerých etapách by predstavovala nepretržité stavenisko pre obyvateľov, ktorí by si takto nedokázali vychutnať a oceniť nesporné kvality projektu. Dnes je

možné vychádzať z domu a mať k dispozícii 12 km cyklistických chodníkov, kde je možné behať, korčuľovať sa alebo bicyklovať bez toho, aby sme sa stretávali so staveniskami, prerušenými traťami alebo nebezpečenstvami pre deti.

Ďalšie dôležité hľadisko sa vzťahuje na služby pre obyvateľov. Periférne oblasti tohto druhu mnohokrát nútia rodiny k častým cestám autom. Ako sa Váš projekt vyrovnáva s týmto hľadiskom?

Pre mňa domov predstavuje jadro rodiny a v ňom očakávam, že nájdem komfort a pokoj, ktoré mi umožnia žiť pokojný život. Myslím si, že je veľmi dôležité obmedziť pohyb predovšetkým autom, a tým prispôbiť tieto malé mestá potrebám jej obyvateľov. Z tohto dôvodu sme zabezpečili obchodné centrá, ktoré poskytujú pre obyvateľov služby, ktoré oživia zónu a umožnia budúcim obyvateľom mať v blízkosti všetko to, čo budú každodenne potrebovať.

V nových oblastiach v blízkosti periférií miest je veľmi diskutované hľadisko bezpečnosti. Krádeže a vandalizmus sú veľmi časté a spôsobujú jej obyvateľom veľké starosti a nepohodu. Čo si myslíte, ako by sa mal tento problém riešiť?

Téma bezpečnosti je jeden z aspektov a faktorov, ktoré v čoraz väčšej miere ovplyvňujú výber budúceho bydliska. Cítiť sa vo vlastnom dome bezpečne je základom pre dosiahnutie pohody, ktorú rodina potrebuje. Ako spoločnosť sme sa rozhodli čeliť tomuto problému prostredníctvom špecializovanej spoločnosti, ktorá 24 hodín denne zabezpečuje bezpečnosť celej oblasti a nepretržite hliadkuje v celej oblasti cez deň a v noci. Myslíme si, že poskytnutie takej služby obyvateľom alebo ľuďom, ktorí si práve stavajú dom, je synonymom profesionality a predovšetkým serióznosti k tým, ktorí sa rozhodli veriť nášmu projektu.

Pensare un'area vuole dire analizzarne le criticità per poi trovare soluzioni in grado di risolverle e farle diventare punti di forza. Troppo spesso, secondo il mio punto di vista, si sono create lottizzazioni/dormitorio dove si è cercato di massimizzare le aree destinate alla vendita a discapito di spazi comuni, quali parchi, marciapiedi e piste ciclabili.

Le aree di medio/grandi dimensioni devono rappresentare un piccolo microcosmo nel quale il futuro abitante deve trovare tutto quello di cui ha bisogno al fine di aumentare la qualità di vita sua e della sua famiglia.

In quest'ottica, particolare importanza è stata rivolta alle reti ingegneristiche ed all'urbanizzazione dell'area. Investire su tale aspetto, che difficilmente è preso in considerazione dall'opinione pubblica, è la scelta giusta?

La progettazione di un'area è un qualcosa che deve garantire una qualità di vita elevata al futuro abitante. Proprio per questo motivo non basta creargli

un lotto servito e pronto per essere edificato ma bensì occorre inserirlo in un contesto che nel corso degli anni si sviluppi in modo armonico, funzionale ed in linea con le sue aspettative. Avremmo potuto urbanizzare solo una porzione dell'area rimandando le restanti ad un futuro prossimo, ma questo avrebbe significato non delineare quelle che invece sono le caratteristiche del progetto. La realizzazione in più step delle reti avrebbe trasformato l'area in un cantiere permanente, nel quale l'abitante non avrebbe potuto godere appieno del progetto e delle sue indubbie qualità. Oggi è possibile uscire di casa ed avere a disposizione 12 km di piste ciclabili nelle quali correre, pattinare o andare in bici senza incontrare cantieri, tratti interrotti o pericoli di sorta per grandi e bambini.

Un altro aspetto importante riguarda i servizi alla persona. Aree periferiche di questo tipo spesso sono carenti e costringono le famiglie a spostarsi spesso da casa in macchina. Come si rapporta con questa esigenza?

Per me la casa è il fulcro della famiglia ed in essa devo trovare quel conforto e quella tranquillità che mi permettono di vivere serenamente. Credo sia fondamentale portare i servizi vicino alle case al fine di limitare gli spostamenti, soprattutto in macchina, rendendo piccole aree della città tagliate su misura per i loro abitanti. In quest'ottica abbiamo inserito importanti centri destinati ai servizi ed al commercio che daranno vita all'area e permetteranno ai futuri abitanti di avere, a pochi passi, tutto ciò di cui hanno bisogno quotidianamente.

Nelle nuove aree della prima periferia un aspetto molto sentito riguarda la sicurezza. Furto o atti di vandalismo sono frequenti e creano disagio e preoccupazione. Come crede sia necessario affrontare tale aspetto?

Il tema sicurezza è uno degli aspetti e dei fattori che sempre più spesso condizionano le persone nella scelta di un luogo dove abitare. Essere sicuri nella propria casa è la base per riuscire a

Prejdime ku stavbám. Vaša spoločnosť stavia pre konečného zákazníka byty, domy, kancelárie a obchodné priestory. Aká je dnešná úloha technológie? A do akej miery je dôležité mať talianskych partnerov, ktorí ponúkajú ich produkty?

Stavať pre mňa, ako zástupcu 3. generácie rodinnej stavebnej firmy, predstavuje umenie a pôžitok, ktorý sa snažím preniesť na zákazníkov, preto im ponúkam obydľia a miesta zamerané na detaily, ktoré predstavujú pre mňa tú najlepšiu vizitku, ktorou sa prezentujem verejnosti. Čo sa týka technológie, snažili sme sa o dlhodobý pohľad, ktorý predbieha lokálne štandardy, preto sme sa zamerali na obnoviteľné zdroje energií, ako sú fotovoltaické a solárne panely alebo optické káble druhu Triple Play, ktoré dokážu pripojiť obydľia ku vysokorychlostnej sieti. Za zmienku stoja aj spoločnosti, s ktorými úzko spolupracujeme ako 3Elle a Gruppo Colombini, líder v oblasti drevených výrobkov a nábytku v Taliansku, ktorý predstavuje vysokú pridanú hodnotu projektu Made in Italy a je zárukou vysokej

kvality a atraktivity produktu.

Na záver, ako vidíte vývoj realitného trhu na Slovensku a predovšetkým v Bratislave a v okolí?

Myslím si, že dnes na realitnom trhu je veľmi bohatá ponuka, ktorá sa v budúcich rokoch bude líšiť predovšetkým kvalitou infraštruktúrnej siete a ponúkanými službami. Práve z tohto pohľadu

evidujem veľmi malý záujem zo strany väčšiny investorov, ktorých snaha je maximalizácia zisku na úkor kvality produktu. Osobne si myslím, že „filozofia Malého Raja,“ kde verejné priestory, zeleň, cyklistické chodníky a chodníky predstavujú základ projektu, ktorý bude v budúcich rokoch predstavovať vzorový model rozvoja, ktorý budú aj ostatní nasledovať a kopírovať.



raggiungere quella tranquillità di cui una famiglia ha bisogno. Come società abbiamo deciso di affrontare in prima persona questo problema garantendo, tramite una società specializzata, la sorveglianza 24 ore su 24 dell'intera area che viene costantemente pattugliata sia di giorno che di notte. Riteniamo che offrire tale servizio agli abitanti o a chi si sta costruendo la propria casa sia sinonimo di professionalità e soprattutto serietà nei confronti di chi ha creduto nel nostro progetto.

Passiamo alle costruzioni. La vostra società costruisce per il cliente finale appartamenti, case, uffici, negozi. Quel è il ruolo della tecnologia ad oggi? E qual è l'importanza di avere partner italiani del settore che propongono i loro prodotti?

Costruire è, per me che da tre generazioni gestisco un'impresa edile, un'arte

ed un piacere da trasmettere ai clienti offrendo loro abitazioni e luoghi nei quali i dettagli e le finiture devono rappresentare il miglior biglietto da visita con il quale presentarsi al pubblico. Per quanto riguarda la tecnologia, abbiamo cercato di guardare oltre a quelle che sono le consuetudini locali predisponendo i fabbricati all'utilizzo di fonti energetiche rinnovabili, quali pannelli solari e fotovoltaici, e garantendo un sistema in fibra ottica del tipo Triple Play in grado di connettere le abitazioni alla rete ad alta velocità. In secondo luogo avere, all'interno della compagine societaria, partner quali 3Elle e Gruppo Colombini, leader rispettivamente del settore degli infissi in legno e dell'arredamento di interni in Italia, rappresenta un forte valore aggiunto che porta il Made in Italy nel progetto e fornisce garanzie di elevata qualità ed attenzione al prodotto.

In definitiva, come vede il mercato immobiliare nel panorama slovacco e, più in dettaglio, nella zona di Bratislava?

Ritengo che ad oggi ci sia una notevole offerta sul mercato e che la grande differenza nei prossimi anni verrà fatta dalla qualità delle infrastrutture e dei servizi offerti. In quest'ottica noto poca attenzione da parte della maggior parte degli investitori che tendono a privilegiare i profitti rispetto alla qualità del prodotto. Personalmente credo che la "filosofia Maly Raj", dove gli spazi pubblici, il verde, le piste ciclabili ed i marciapiedi rappresentano l'ossatura portante del progetto, sia un modello di sviluppo che nei prossimi anni costituirà un esempio da seguire ed imitare per tutti.



Malý Raj

Pozemky do 600 m²
zľava 2%
Pozemky nad 600 m²
zľava 5%

Stavebné pozemky (IS skolaudované)
99 €/m² s DPH

Viladom (3 a 4-izbové byty)
od 106 000 € s DPH

V cene ako súčasť
štandardu:
kuchynská linka
so spotrebičmi

RD s pozemkom (500m²)
od 129 500 € s DPH

1, 2 a 3-izbové byty
od 55 000 € s DPH



0917 924 635 | www.malyraj.sk



STRETNUTIE S VALLOM, VEĽVYSLANCOM A PREKLADATEĽOM UMBERTA ECA

INCONTRO CON VALLO: DA AMBASCIATORE A TRADUTTORE DI UMBERTO ECO

Gabrio Vitali

Muniti di registratore, ci siamo recati al Ministero della Cultura per parlare con S. E. Stanislav

Vallo, attualmente responsabile del dipartimento che si occupa della cooperazione internazionale. L'argomento del nostro incontro con lui riguardava la sua recente traduzione in slovacco, per la casa editrice Slovart, del romanzo

Vyzbrojení magnetofónom sme prišli na Ministerstvo kultúry, aby sme sa porozprávali so Stanislavom Vallom, generálnym riaditeľom Sekcie medzinárodnej spolupráce MK SR, bývalým veľvyslancom a prekladateľom. Témou nášho stretnutia bol jeho posledný preklad románu Umberta Eca Pražský cintorín do slovenčiny pre vydavateľstvo Slovart. Stretnutie s Vallom bolo veľmi zaujímavé a plné postrehov a úvah z oblasti kultúry. Je našou povinnosťou zhrnúť – a nie stručne – našu nesmierne bohatú, poučnú a podnetnú konverzáciu, aby sme čitateľovi ponúkli aspoň hrubý obraz kultúrneho rozhľadu, ktorý konverzácií dominoval.

Stanislav Vallo len nedávno ukončil svoje pôsobenie ako veľvyslanec Slovenskej republiky v Taliansku,

di Umberto Eco, Il cimitero di Praga. L'incontro con Vallo si è rivelato molto interessante e ricco di sollecitazioni culturali, tanto che ci rincresce ora dover circoscrivere – e non poco – il resoconto della sua conversazione, sempre

kde už v minulosti pôsobil ako radca a *Chargé d'Affaires* na československom veľvyslanectve. Následne zastupoval Slovenskú republiku na veľvyslanectve pri Svätej stolici a neskôr na ambasáde vo Francúzsku. Vyštudoval taliansku literatúru a dejiny na Univerzite Komenského, v diplomovej práci sa venoval literárnej postave Francesky z Rimini a ako kariérny diplomat pôsobil väčšinou v Taliansku. Je uznávaný odborník na taliansku literatúru a zároveň na taliansku súčasnosť.

S pánom Vallom sme sa stretli ako s prekladateľom Umberta Eca. V prvej otázke sme hľadali dôvody, prečo je o preklad posledného románu tohto veľkého talianskeho spisovateľa a esejistu na Slovensku záujem.

„Predovšetkým ponúknuť preklad Umberta Eca na slovenskom trhu je dnes už pre vydavateľstvo Slovart automatické. O jeho diela je mimoriadny záujem a je veľmi obľúbený medzi slovenskými čitateľmi. Je pravda, že za-

tiaľ čo jeho romány boli preložené do slovenčiny, eseje a traktáty sú u nás známe len v českej verzii. Výnimkou sú niektoré preklady Pavla Koprdu, mojej manželky Miroslavy a Márie Štefánkovej. Dôvodom sú obmedzené možnosti trhu. Pražský cintorín je však kniha, ktorá vzbudzuje extrémny záujem nielen u čitateľov románov, ale aj u študentov a ľudí, ktorí sa zaujímajú o strašné udalosti antisemitizmu v devätnástom a dvadsiatom storočí.“

Príbeh Umberta Eca je postavený na postave falšovateľa, Simonina Simoniniho, narodeného okolo roku 1830, ktorý je súčasne jedinou vymyslenou postavou v románe. Všetky ostatné postavy sú reálne historické osobnosti. Svojou falšovateľskou činnosťou zasahuje do všetkých rozhodujúcich fáz najprv talianskej a neskôr francúzskej a európskej histórie. Od výpravy Tisícky Garibaldiho vlastencov, ktorá sa skončila oslobodením južného Talianska, až po prípad Dreyfusa a po Parížsku komúnu. Za peniaze pomáha raz jednej tajnej službe,

raz druhej, pomáha pri nečistých manévroch a sprisahaniach raz na strane slobodomurárov, inokedy na strane jezuitov a rozličných sektárskych spolkov. Autor nám hovorí, že kniha je v skutočnosti denník, ktorý Simonini spisuje v roku 1897, keď sa po strate pamäti pokúša poskladať svoj životný príbeh písaním. Tento príbeh o falšovaní sa zbíha okolo realizácie antisemitského sprisahania, ktoré malo byť spísané na židovskom cintoríne v Prahe – známe ako Protokoly Sionských mudrcov. Tento kompletne vymyslený text o údajnom univerzálnom sprisahaní Židov položil základy antisemitizmu, nacionalizmu a potom nacizmu v Európe. Hitler dokonca vyhlásil, že považuje tento text za mandát pre konečné riešenie. Je dôvodom záujmu o knihu na Slovensku práve toto odhalenie, nie iba nemoralnosti, ale aj historicko-politickej nepravdivosti základov antisemitizmu?

„Jednoznačne. Viete, slovenská história je poznačená aj udalosťami,

brillante, informata e stimolante; tuttavia cercheremo di dare almeno un'idea dello spessore culturale che la impronta. Stanislav Vallo ha da poco concluso il suo incarico di Ambasciatore della Repubblica di Slovacchia in Italia, dove era già stato, in passato, come primo Consigliere e Chargé d'Affaires dell'Ambasciata cecoslovacca; successivamente ha ricoperto lo stesso incarico presso la Santa Sede e presso l'Ambasciata slovacca in Francia. Una formazione e una carriera come diplomatico di vaglia svolta prevalentemente in Italia, ma anche una preparazione di prim'ordine come studioso della nostra letteratura e della nostra storia contemporanea, a partire dalla sua laurea presso l'Università Comenius di Bratislava, con una tesi in Letteratura Italiana su Francesca da Rimini.

Avendolo incontrato nella sua veste di traduttore di Umberto Eco, gli abbiamo innanzitutto domandato di spiegare i motivi dell'interesse in Slovacchia per la traduzione dell'ultimo romanzo di questo grande scrittore e saggista italiano.

«Proporre Eco tradotto in Slovacchia è,

prima di tutto, ormai un automatismo per la casa editrice Slovart, dato lo straordinario interesse che suscitano i suoi scritti e il notevole successo che ottengono fra il nostro pubblico. Tant'è vero che tutti i suoi romanzi sono stati tradotti in lingua slovacca, mentre la sua opera saggistica è diffusa da noi nella versione ceca, a parte alcune traduzioni di Pavol Koprda e di mia moglie Mirka, a causa soltanto della minore vastità del nostro mercato editoriale. Il cimitero di Praga, in particolare, è un libro di estremo interesse non solo per i lettori di romanzi, ma anche per gli studiosi e gli interessati alla terribile vicenda dell'antisemitismo otto e novecentesco.

«Ecco, a tale proposito, il racconto di Eco è costruito attorno alla figura di un falsario, Simonino Simonini, nato intorno al 1830 e unico personaggio inventato in un libro in cui compaiono tutti personaggi storicamente esistiti. Egli attraversa e interviene, con la sua attività di falsificazione di documenti, in tutte le fasi cruciali della storia prima italiana e poi francese ed europea, dalla spedizione dei Mille di Garibaldi, al caso Dreyfus e alla Comune di Parigi. E

si muove sia per servire, dietro compenso, ora una e poi un'altra polizia segreta, sia per assecondare le manovre losche e i complotti ora dei Massoni, ora dei Gesuiti, ora di qualche altra setta. L'autore ci dice che il libro è in realtà il diario che Simonini redige nel 1897, quando perde la memoria e prova a ricostruirla scrivendo. Questa storia di falsificazioni converge nella realizzazione del complotto antisemita, con la redazione, nel cimitero ebraico di Praga, dei famosi Protocolli dei Savi Anziani di Sion, il testo, completamente falso, del presunto complotto universale degli ebrei; testo che tuttavia ha costituito la base dell'antisemitismo, prima nazionalista e poi nazista, in Europa. Hitler dichiarò addirittura che considerava quel testo il suo mandato per la soluzione finale. Questo smascheramento dell'infondatezza, non solo morale, ma anche storico-politica, dell'antisemitismo è motivo di interesse in Slovacchia?».

«Senza dubbio. Vede, la Slovacchia ha avuto una storia tormentata anche da questo punto di vista. Durante la repubblica filo nazista di Tiso, gli slovacchi hanno visto sparire quasi due terzi

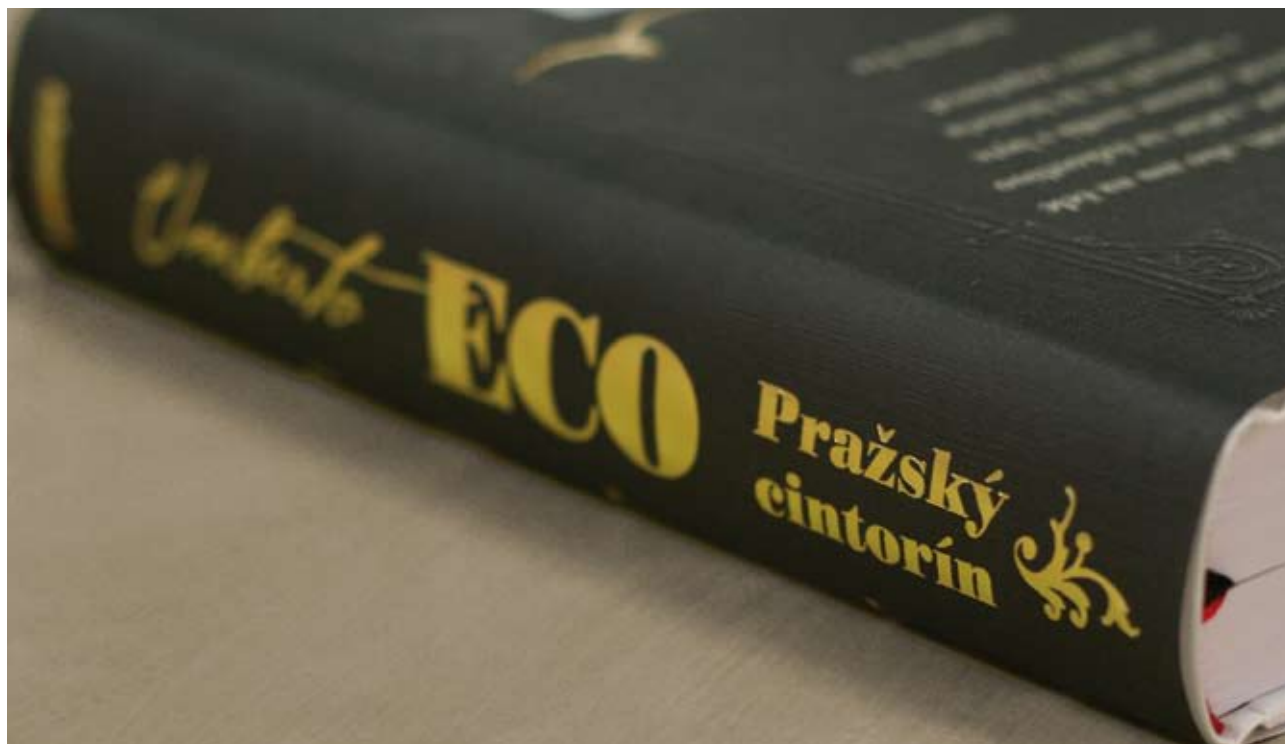
ktoré s antisemitizmom priamo súvisia. Počas pro-nacistickej republiky prezidenta Tisa zmizli zo Slovenska skoro dve tretiny spoluobčanov židovského pôvodu a krajina bola nútená zatiahnutá do vyhladzovacej politiky nacistického Nemecka. To sa dialo v spoločnosti, kde synagógy často stáli (a stále stoja) vedľa domov alebo katedrál. V spoločnosti, kde boli Židia kompletne a hlboko integrovaní už stáročia. Slovenský národ sa dnes nie náhodou ráta medzi tie národy, ktoré majú vysoký počet Spravodlivých medzi národmi vo vzťahu k počtu obyvateľov. Takže, ako vidíte, téma antisemitizmu je v našich končinách

veľmi citlivá.

S tým súvisia ďalšie dôvody, intímnejšie, ktoré robia z tejto knihy vzácný dokument a vynikajúci román. Viete, Eco bol génus v budovaní zápletky a postáv, ale aj vo formulácii posolstva a v interpretácii dejín, ktoré vynikajúco zakomponoval do príbehu.

Z pohľadu fabuly vlastne vzniká príbeh, celý v retrospektívach, ako dielo jednej postavy, ktorá píše denník v priebehu niekoľkých mesiacov v roku 1897, kedy náhodou stretne v jednej parížskej reštaurácii Sigmunda Freuda. Sleduje jeho radu, ako sa vyliečiť z amnézie, čiže straty pamäti a identity, ktorá

ho zasiahla. Eco takýmto spôsobom vytvoril postavu, ktorá je dosť stará na to, aby sa v roku 1860 zúčastnila Garibaldiho pochodu Tisícky vlastencov, aj keď sa ako Cavourov špión zúčastňuje sociálneho a demokratického odboja a je svedkom úpadku európskej spoločnosti smerom ku katastrofám nacionalizmu. Je to postava vymyslená, ktorá však robí veci, ktoré sa skutočne stali, a pohybuje sa medzi osobnosťami, ktoré naozaj existovali. Práve táto postava rekonštruuje sled falzifikátov a sprisahaní, ktoré vyvrcholia Protokolmi sionských mudrcov na Pražskom cintoríne, a teda údajným základom antisemitizmu, ktorý je



[Foto Roman Švec]

dei loro concittadini di origine ebraica e il paese è stato pesantemente coinvolto nella politica dello sterminio perseguita dai nazisti. Si pensi anche soltanto al fatto che venivano offerti 500 marchi tedeschi per ogni ebreo denunciato, in una società dove, in tante città, la sinagoga si trovava (e ancora si trova) a fianco del duomo o della cattedrale. Cioè in una comunità sociale dove gli ebrei erano completamente ed intimamente integrati da secoli. In una nazione che, non a caso, vede oggi, in relazione al numero degli abitanti, il maggior numero di cittadini annoverati da Israele fra i Giusti dei Popoli. Quindi, come si vede, il tema dell'antisemitismo è molto sentito da noi.

E a ciò si collegano altre ragioni, più intrinseche, che fanno di questo libro un documento prezioso e un romanzo eccezionale. Vede, Eco ha avuto una grande genialità sia nel costruire l'intreccio e il suo protagonista, sia nell'organizzare il messaggio e l'interpretazione della storia che percorrono il suo racconto.

Dal lato della fabula, infatti, si inventa una storia, tutta in analepsi, ad opera di un personaggio che scrive un diario in pochi mesi, nel 1897, anno in cui incontra per caso, in un ristorante parigino, Sigmund Freud e, seguendo i suoi consigli, tenta di curarsi l'amnesia, cioè la rimozione del suo passato e della sua identità da cui è affetto. Vale a dire, Eco si costruisce un personaggio che

può essere abbastanza vecchio per aver partecipato, sebbene in veste di spia di Cavour, alla spedizione dei Mille in Italia, agli albori della nascita dello stato nazionale nel 1860. E abbastanza giovane per assistere alla nascita delle lotte sociali e democratiche per un verso, e all'avvitarsi delle società europee verso le catastrofi del nazionalismo per un altro verso, nell'ultima parte dello stesso secolo. È un tale personaggio, come si è detto, falso - ma che fa cose assolutamente vere, che altri hanno storicamente fatto -, che tuttavia si muove fra altri personaggi veramente esistenti, i quali fanno le cose che hanno davvero fatto ... è un tale personaggio - dicevo - che organizza tutto il percorso di falsificazioni

chápaný ako reakcia na všeobecné židovské sprisahanie.

Z historického hľadiska Eco dokazuje, že v storočí európskeho nacionalizmu, v prostredí, kde sa rodia a konsolidujú nové národné identity, pomaly dozrieva antisemitské sprisahanie, ktoré zasahuje slobodomurárov, jezuitov, rôzne náboženské sekty, tajné služby Talianska, Francúzska, Pruska a Ruska, aby nakoniec získalo definitívne odôvodnenie v známych – a falošných – Protokoloch. To sú historické súvislosti, ktoré vyvrcholili nacistickým prenasledovaním a tzv. Konečným riešením.

Chcem tým povedať, že udalosti opísané v románe sú pravdivé. Od listu o „židovskom nebezpečenstve“ napísanom savojským kapitánom Giovannim Battistom Simoninim, skutočným starým otcom vymys-

lenej postavy, až po opáta Barruela a fantázie o židovskom sprisahaní, ktoré Simonini odkopíroval z Dumasových románov a od Eugena Suea. V románe sa objavujú falošné dokumenty, ktoré rediguje sám Simonini a podsúva ich historickým podporovateľom moderného antisemitizmu ako boli Bergamaschi, Joly, Goedsche, Drumont, Tousse- nel alebo Taxil. Hlavná postava píše falošné listy, ktoré stáli Dreyfusa vyhnanstvo, a tiež posledný falzifikát – Protokoly – pre skutočných ruských agentov Golovinského a Raškovského.

Takto podrobne zdokumentovanou rekonštrukciou Eco potvrdzuje, čo historici nacizmu a významní svedkovia Holokaustu vždy učili, čiže: Osviečením bol vyvrcholením dlhého historického, kultúrneho a nakoniec politického procesu, kto-

rý doviedol Európu od nacionalizmu cez rasizmus a antisemitizmus až k nacizmu, dvom svetovým vojnám a totalitným režimom.“

Podľa Vášchcel Eco odhaliť svetu, že v pozadí dlhých historických procesov a veľkých bojov, ktoré v dvoch storočiach doviedli štáty a masy v Európe k demokracii a občianskej angažovanosti, boli vždy pripravené manévry moci a okultné sprisahania s cieľom zvrátiť historický vývoj smerom k autoritárskym a totalitným zriadeniam?

„Samozrejme. A poviem vám viac: keď som čítal knihu a narazil na epizódu, v ktorej Simonini zorganizuje tajomné zmiznutie spisovateľa Ippolita Nieva, tak povediac hlavného účtovníka pochodu Tisícky vlastencov, ktorý počas záhadného stroskotania skutočne zmizol v mori spolu s účtovnými knihami dokumentujú-

e complotti che porta ai famosi Protocolli del cimitero di Praga, cioè al presunto fondamento dell'antisemitismo, inteso come reazione al complotto ebraico universale.

Dal lato della storia, poi, Eco dimostra che nel secolo dei nazionalismi europei, che si consolidano o addirittura nascono, come in Italia, si organizza progressivamente quel complotto antisemita, che coinvolge massoni e gesuiti, sette religiose di varia natura, servizi segreti italiani, francesi, prussiani e infine russi, e che prenderà definitiva giustificazione dai famosi - e falsi - Protocolli. Questo è il percorso che porterà dritto alle persecuzioni naziste e alla soluzione finale. Insomma, voglio dire, che è tutto vero nel romanzo. Dalla lettera contro il pericolo ebraico, scritta dal capitano sabaudo Giovan Battista Simonini, nonno vero del finto protagonista, all'abate Barruel, alle fantasie complottiste a carico degli ebrei, copiate da Simonini dai romanzi di Dumas e dai feuilleton di Eugene Sue. E dai documenti falsi ch'egli redige e vende ai vari edificatori storici dell'antisemitismo moderno, quali padre Bergamaschi, Joly, Goedsche, Drumont, Toussennel o Taxil, alla stesura delle lettere false che costeranno l'esilio a Dreyfus o alla compilazione dell'ultimo falso - i Protocolli - per i veri agenti russi Golovinskij e Raškovskij.

In questa ricostruzione assolutamente documentata, Eco certifica quello che gli

storici del nazismo ed i grandi testimoni della Shoah ci hanno sempre insegnato e cioè che Auschwitz è stato il punto finale di un lungo percorso storico, culturale e infine politico, che ha portato l'Europa dal nazionalismo, al razzismo, all'antisemitismo e, infine, al nazismo, attraverso due guerre mondiali e l'infezione totalitaria».

«Quindi, secondo lei, Eco ci dice che dietro i lunghi processi storici e le grandi lotte che, nei due secoli passati, hanno portato gli stati e le grandi masse europee alla democrazia e alla partecipazione civile, si sono sempre organizzate manovre di potere e complotti occulti, volti a contrastare, a controllare o a deviare i movimenti della storia verso derive autoritarie, se non totalitarie?».

«Sì, certo. E dirò di più: quando ho letto il libro e, in particolare, quando mi sono imbattuto nell'episodio in cui Simonini organizza la misteriosa sparizione, in un improbabile naufragio, dello scrittore Ippolito Nievo, amministratore della spedizione dei Mille e davvero sparito in mare, con i libri contabili che documentavano finanziamenti e sostegni all'impresa di Garibaldi - cose delle quali non si è mai più saputo nulla -, ho subito pensato a certe costanti della storia italiana anche successiva. Cioè, mi sono chiesto se la chiave interpretativa della storia che Eco ci propone non ci aiuti a capire quel complesso di trame segrete ed eversive che ha caratterizza-

to la strategia della tensione in Italia, dalle stragi e dai tentativi di colpo di stato degli anni sessanta e settanta, al terrorismo, al rapimento di Aldo Moro, all'attentato a Giovanni Paolo II e all'attacco feroce della mafia allo stato degli anni settanta e ottanta. Quindi, anche nella storia recente del vostro paese, mi consta ci siano state azioni occulte di logge massoniche, di servizi segreti più o meno deviati, italiani e stranieri, di organizzazioni criminali, mafiose e paramilitari, tutte volte all'eversione dello stato democratico e all'instaurazione di modelli autoritari. Questo è sicuramente avvenuto e avviene anche in altri paesi, sebbene in forme diverse e magari meno gravi, ma non sempre è stato denunciato e combattuto con la forza e la determinazione della vostra democrazia e delle sue istituzioni; per questo, forse, se ne sa di meno. Ma, per tornare ad Umberto Eco, bisogna dire che le sue chiavi di lettura della storia della democrazia moderna, funzionano anche per altre epoche e altri contesti. E questo è un merito, diciamo così, extraletterario del suo libro».

«Veniamo al suo lavoro di traduttore. Eco è un grande semiologo, oltre che un grande scrittore. Pertanto sa impiegare bene tantissime risorse della nostra lingua e sa piegarle in vari registri espressivi, a seconda dei personaggi e dei contesti. Questo immenso patrimonio linguistico e paralinguistico di cui Eco

cimi financovanie Garibaldiho (uda-
losti, o ktorých sa nikdy viac nehov-
orilo), hneď som myslel na určité
konštanty, ktoré sa objavili v talian-
skej histórii neskôr. Položil som si
otázku, či nám Eco neponúka kľúč
k pochopeniu zložitej spleti tajných
a podvratných sprisahání, ktoré sú
charakteristické pre stratégiu stra-
chu aplikovanú v Taliansku. Od ma-
sakrov, pokusov o prevrat v 60-tych
a 70-tych rokoch až po terorizmus,
únos Alda Mora či atentát na Jána
Pavla II. v 70-tych a 80-tych rokoch.
Aj v nedávnej histórii Talianska sa
objavujú epizódy o slobodomurár-
skych lóžach, tajných službách, mafii
a vojenských kriminálnych orga-
nizáciách, vždy zamerané proti
demokratickému štátu s cieľom na-
stoliť autoritárske modely. To isté
sa určite dialo a deje aj v ostatných
krajinách, aj keď v odlišných for-
mách, no nie vždy bolo takéto kona-
nie odsúdené a napadnuté s takou
silou a odhodlaním ako zo strany
talianskej demokracie a jej inštitúcií.

*dispone le ha creato particolari problemi,
nel costruire la versione slovacca del ro-
manzo?».*

*«Diciamo che la ricchezza linguistico-
lessicale di Umberto Eco e la sua cultu-
ra immensa mi hanno obbligato a una
grande accuratezza e precisione nel
travaso che ho cercato di fare della sua
scrittura nella lingua slovacca. Ma devo
aggiungere che anche lo slovacco è una
lingua ricchissima, che dispone di va-
rianti di registro e di lessico davvero nu-
merose e molto belle. L'unico problema
è, semmai, che spesso neppure gli slo-
vacchi conoscono questa ricchezza che
c'è nella loro lingua. Ho cercato quindi
di domandarmi sempre in quale modo si
percepisse in slovacco un determinato
pensiero o un certo sentimento contenu-
to in un'espressione o anche solo in una
parola italiana. E ho tradotto fedelmente
o ho tradito, altrettanto fedelmente, il te-
sto a seconda di come era necessario fare,
per rendere quel pensiero o quel senti-
mento nella giusta percezione slovacca».*
*«Mi sta dicendo che anche lei è d'accordo
con quello che mi dice sempre una mia
amica traduttrice, Mária Štefánková: le
traduzioni sono come le donne, o sono
belle o sono fedeli?».*

*«Sì, sono d'accordo. Anche se, naturalmen-
te, l'ideale è una donna bella e fedele».*

Možno preto sa o tom inde hovorí
menej. Aby sme sa však vrátili k
Umbertovi Ecovi, treba povedať že
jeho interpretácia histórie modernej
demokracie funguje aj v iných histo-
rických obdobiach a kontextoch.

A to je, ak to tak môžeme povedať,
extra-literárna hodnota tejto knihy.
Dostávame sa k vašej práci prekla-
dateľa. Okrem toho, že Eco je vyni-
kajúci spisovateľ, je aj významný se-
miológ. Preto vie vynikajúco využiť
široké možnosti talianskeho jazyka
a použiť ich v rôznych vyjadrova-
cích štýloch podľa postavy a kon-
textu. Táto ohromná vyjadrovacia
kapacita Umberta Eca vám spôsobí-
la problémy pri písaní slovenského
prekladu?

„Povedzme, že ohromná lingvistická
kapacita a slovná zásoba Umberta
Eca a jeho vedomosti ma nútili k
obrovskej precíznosti pri preklade
jeho textu do slovenčiny. Musím

však dodať, že aj slovenčina je veľmi
bohatý jazyk a disponuje širokým
spektrum štýlov a bohatou slovnou
zásobou. Jediným problémom je, že
často ani Slováci sami nepoznajú
toto bohatstvo a krásu ich vlastného
jazyka. Musel som sa preto ustavič-
ne sám seba pýtať, ako môže byť v
slovenčine vnímaná konkrétna ta-
lianska myšlienka, slovo či dokonca
pocit. A verne som preložil, alebo
dôveryhodne zradil pôvodný text.
Podľa potreby, aby som vyjadril
konkrétnu myšlienku alebo pocit,
tak, aby v slovenčine spĺňal preklad
svoj účel.“

Hovoríte, že aj podľa vás platí, čo
vrať moja priateľka, prekladateľka
Mária Štefánková, a teda, že prekla-
dy sú ako ženy, buď pekné alebo
verné?

„Áno, súhlasím, aj keď samozrejme
ideálna žena je pekná a verná.“



Umberto Eco
Umberto Eco

© Foto PEN American Center

DOLCE VITAJ 2012

5. ROČNÍK TALIANSKÉHO FESTIVALU NA SLOVENSKU

5^a EDIZIONE DEL FESTIVAL ITALIANO IN SLOVACCHIA



**DOLCE
VITAJ**

JÚN 2012

ARTE
CINEMA
MUSICA
TEATRO
DESIGN

TALIANSKY FESTIVAL
NA SLOVENSKU

Už tradične sa počas mesiaca jún konal taliansky festival na Slovensku - Dolce Vitaj. Ročník 2012 bol už piaty. Festival sa konal v piatich slovenských mestách a opäť prilákal tisícky milovníkov talianskej kultúry a životného štýlu. Počas V. ročníka sa opäť podarilo vytvoriť intenzívne prepojenie medzi odvetvím ekonomiky a kultúry vďaka obnovennej spolupráci pri organizácii festivalu medzi Taliansko – Slovenskou obchodnou komorou a Talianskym kultúrnym inštitútom v Bratislave. Bohatý program zabavil výtvarným umením, literatúrou, filmom či hudbou. Nechýbali ani podujatia inšpirované športom, gastronómiou či dizajnom.

Festival je dôkazom, že talianski investori na Slovensku majú reálny záujem o rozvoj kultúrneho dialógu medzi oboma národmi. Vďaka patrí hlavnému partnerovi festivalu Slovenským elektrárňam, a.s. a partnerom KOSIT a.s. a VÚB Banka za ich vytrvalý záujem rozvíjať talianske investície na Slovensku prostredníctvom aktivít spoločenskej zodpovednosti, ktorej hodnotami sa Dolce Vitaj inšpiruje.

Durante il mese di giugno si è svolto l'ormai tradizionale festival italiano in Slovacchia: il Dolce Vitaj, giunto quest'anno alla quinta edizione. Il festival ha avuto luogo in cinque città slovacche ed ha attirato migliaia di amanti della cultura e dello stile di vita italiano. Come negli scorsi anni, ancora una volta è riuscito a stabilire forti legami tra economia e cultura attraverso una rinnovata collaborazione tra gli organizzatori del festival, cioè la Camera di Commercio Italo Slovacca, l'Istituto Italiano di Cultura di Bratislava e l'Ambasciata d'Italia.

Un ricco programma di intrattenimento, che ha compreso arti visive, letteratura, film e musica. Sono stati promossi anche eventi ispirati a sport, cucina e design.

Il festival è la prova che gli investitori italiani in Slovacchia hanno un reale interesse per lo sviluppo del dialogo culturale tra le due nazioni. Un sentito grazie va al principale partner del festival, Slovenske Elektrárne ed anche agli altri partner come Mow, OJSC e VUB per il loro incessante interesse volto allo sviluppo degli investimenti italiani in Slovacchia, promossi attraverso le loro attività di responsabilità sociale, alla base delle quali stanno gli atavici valori che ispirano il Dolce Vitaj.



Odvzdávanie literárnej ceny Elsa Morante za kinematografiu. Cenu prevzali: Marco Bellocchio (taliansky režisér), Martin Šulík (slovenský režisér), Michaela Jurovská (prekladateľka)

Consegna del premio letterario Elsa Morante per la cinematografia. Premiati: Marco Bellocchio - regista italiano, Martin Šulík - regista slovacco, Michaela Jurovská - traduttrice



Inštalácia autorskej výstavy Gianniho Bertiniho v Považskej galérii umenia v Žiline
Installazione della mostra personale di Gianni Bertini nella Považská galéria umenia a Žilina



Sonia Dorigo – soprán. Koncert *Sto žien a jeden hlas* v Zrkadlovej sieni Primaciálneho paláca v Bratislave

Sonia Dorigo - soprano. Concerto "Cento donne in una voce sola" nella Sala degli Specchi del Palazzo Primaziale di Bratislava



Primátor hlavného mesta Bratislavy Milan Ftáčnik a primátor talianskeho mesta Perugia Wladimiro Boccali pri príležitosti osláv 50. výročia družby medzi Bratislavou a Perugiou

Il Sindaco di Bratislava Milan Ftáčnik ed il Sindaco di Perugia Wladimiro Boccali in occasione della celebrazione del 50° anniversario del gemellaggio tra le città di Bratislava e di Perugia



Vino Vitaj - oslava talianskeho vína sprevádzaná živou hudbou v uliciach Bratislavy

Vino Vitaj – Festa del vino italiano accompagnata dalla musica dal vivo nelle strade del centro storico di Bratislava



Prezident TSOK pri príležitosti výstavy motorky Valentina Rossiho

Il Presidente della CCIS in occasione della mostra della moto GP di Valentino Rossi



Vino Vitaj – taliansky gitarista Ruggero Robin a jazzový spevák Peter Lipa

Vino Vitaj – Il chitarrista italiano Ruggero Robin ed il cantante jazz Peter Lipa.



Koncert Ensemble Terg Antiqua v Dóme sv. Martina v Bratislave
Il concerto "Ensemble Terg Antiqua" nel Duomo di San Martino a Bratislava



Americký tenorista Lawrence Brownlee z Metropolitnej opery v New Yorku spieva árie z opier Donizettiho, Rossiniho a Belliniho v Koncertnej sieni Slovenskej filharmónie v Bratislave
Il tenore americano Lawrence Brownlee della New York Metropolitan Opera canta le arie delle opere di Donizetti, Rossini e Bellini alla Filarmonica di Bratislava.

POZDRAV NOVÉHO VEĽVYSLANCA TALIANSKEJ REPUBLIKY NA SLOVENSKU

IL SALUTO DEL NUOVO AMBASCIATORE ITALIANO IN SLOVACCHIA



[Foto Mirella Benes]

S.E. Roberto Martini

Veľvyslancom Talianskej republiky v Bratislave od 5. júna 2012.

Narodil sa 28. októbra 1962 v Siene. Študoval právo na univerzite v Siene a promoval v decembri v roku 1985. V 1987 nastúpil na Ministerstvo zahraničných vecí, bol konzulom v Mulhouse a radcom v Ankare. Okrem toho od roku 2001 do roku 2005 vykonával funkciu poradcu stálego zastúpenia pri OSN v New Yorku a neskôr pôsobil na veľvyslanectve v Paríži.

Dal 5 giugno 2012 è Ambasciatore d'Italia a Bratislava.

Nato a Siena, il 28 ottobre 1962. Laureato in giurisprudenza presso l'Università di Siena nel dicembre 1985. Entrato al Ministero Affari Esteri nel 1987, è stato Console a Mulhouse e Consigliere ad Ankara. Ha svolto inoltre l'incarico di Consigliere della Rappresentanza Permanente presso le Nazioni Unite a New York dal 2001 al 2005, poi presso l'Ambasciata a Parigi.

Drahí čitatelia,

s radosťou prijímam pozvanie zo strany Taliansko – Slovenskej obchodnej komory predstaviť sa Vám, a zahájiť tak moju spoluprácu s talianskou podnikateľskou komunitou na Slovensku na stránkach tohto časopisu, ktorý sa stáva stále viac rozšírený nielen medzi členmi TSOK.

V priebehu prvých týždňov vo funkcii ako veľvyslanec Talianskej republiky v Bratislave som mal príležitosť oboznámiť sa a oceniť význam početnej prítomnosti talianskych spoločností a podnikateľov na Slovensku. Talianske veľké spoločnosti, finančné inštitúcie, ale aj malé a stredné podniky v rôznych odvetviach sú úspešne integrované do miestneho podnikateľského prostredia.

Vďaka početnej členskej základni je TSOK dôveryhodný a silný partner medzi talianskym a slovenským podnikateľským svetom. Pre MSP zohráva, bezpochyby, významnú úlohu ako miesto, kde sa môžu stretnúť, vymeniť si informácie a rady, či využiť niektoré z mnohých služieb, ktoré Komora poskytuje. Úzka spolupráca s ambasádou a Talianskym kultúrnym inštitútom bola základom pre realizáciu mnohých a významných kultúrnych podujatí na Slovensku, a to vďaka štedrej a konkrétnej podpore mnohých podnika-

Gentili lettori,

ho accolto con grande piacere l'invito rivoltomi dalla Camera di Commercio Italo-Slovacca a presentarmi a tutti voi ed entrare in contatto con la comunità imprenditoriale italiana attraverso le pagine di questa rivista, sempre più diffusa ed apprezzata non solo tra i soci.

Da poche settimane a Bratislava come Ambasciatore d'Italia, ho già avuto modo di verificare ed apprezzare la presenza di numerose imprese italiane, sia grandi società ed istituti finanziari che aziende di piccole e medie dimensioni, operanti in Slovacchia nei più svariati settori, ben inserite ed integrate con successo nell'ambiente imprenditoriale locale.

Con i suoi numerosi soci, la CCIS, autorevole interlocutore ed intermediario tra mondo imprenditoriale italiano e slovacco, riveste senza dubbio per le PMI un ruolo significativo come punto di incontro e di scambio di informazioni e consulenze per gli imprenditori italiani nuovi e non, fornendo numerosi servizi. La stretta collaborazione con questa Ambasciata e con l'Istituto Italiano di Cultura ha visto realizzare numerosi e ricchi eventi culturali nel Paese, grazie anche al generoso e concreto contributo di molti imprenditori.

Esempio di questa proficua cooperazione è proprio il Festival

Vďaka početnej členskej základni je TSOK dôveryhodný a silný partner

CCIS autorevole interlocutore ed intermediario tra mondo imprenditoriale italiano e slovacco

teľov. Príkladom tejto užitočnej spolupráce je práve festival Dolce Vitaj, ktorý sa tohto roku konal už piatykrát.

Sme presvedčení, že podpora spolupráce medzi talianskymi inštitúciami na Slovensku je tým najlepším spôsobom ako propagovať našu výnimočnú krajinu od kultúry po hospodárstvo, od histórie po tradície, od umenia po vedu.

V rámci aktivít, ktorých cieľom je podpora internacionalizácie talianskych podnikov, vyhlasujem aj na základe mojich predošlých odborných skúseností v New Yorku a v Paríži, že počas môjho štvorročného mandátu môžeme vytvoriť nevyhnutné predpoklady pre budúci rozvoj a posilnenie vzájomných hospodárskych, obchodných, kultúrnych a spoločenských vzťahov medzi Talianskom a Slovenskom. Dúfam, že sa nám podarí prekonať zložitú hospodársku a finančnú situáciu, ktorou eurozóna prechádza.

Prajem všetkým úspešnú prácu.

J.E. Roberto Martini

Veľvyslanec Talianskej republiky

“Dolce Vitaj”, giunto quest'anno alla quinta edizione.

Siamo convinti che la promozione del “Sistema Italia” possa rappresentare e promuovere al meglio il nostro straordinario Paese, dalla cultura all'economia, dalla storia alle tradizioni, dall'arte alla scienza.

Nel quadro delle attività svolte a sostegno dell'internazionalizzazione delle imprese italiane, sulla base delle mie precedenti esperienze professionali all'estero in diverse sedi - tra cui New York e Parigi - auspico che durante i quattro anni del mio mandato possano crearsi le condizioni fondamentali per un ulteriore sviluppo e rafforzamento delle relazioni economiche, commerciali, culturali e sociali tra l'Italia e la Slovacchia, auspicabilmente con il superamento della difficile situazione finanziario-economica che l'Eurozona sta attraversando.

Buon lavoro a tutti!

S.E. Roberto Martini

Ambasciatore d'Italia

Na svete je množstvo silných bánk.

CASH MANAGEMENT – E-BANKING



- Best Overall Bank for Cash Management in CEE 2011, 2012
- Best Bank for Liquidity Management CEE 2011
- Best Bank for Payments & Collections in CEE 2011, 2012
- Best Corporate/Institutional Internet Bank in EEL, RS, SI in 2011



1. Cash Management House in Austria, Bosnia & Herzegovina, Croatia, Poland and Serbia 2011
2. Cash Mgmt House in CEE, Czech Republic, Germany, Kazakhstan, Slovakia 2011
3. Cash Mgmt House in Bulgaria, Hungary, Italy and Romania in 2011

EXPORT, TRADE & SUPPLY CHAIN FINANCE



- Best Trade Finance Bank Austria, Poland, Ukraine and CEE 2011 and 2012
- Best Supply Chain Finance Provider in CEE 2011



- Best forfaiting institution 2011



- Deal of the Year in 2010

- Best Trade & Supply Chain Finance Bank Europe 2011



1. Trade Finance Provider in Bosnia & Herzegovina, Bulgaria, Czech Republic, Italy, Serbia and Slovakia 2012
2. in Trade doc., Relationship Mgmt, Supply Chain Finance and Turkey in 2012
3. TF Provider CEE, Poland, Germany in 2012
5. Best TF Provider Western Europe and globally in 2012



- Best Trade Finance Bank in Eastern Europe 2011



- Best Trade Bank in Eastern Europe 2011
- Best Forfaiting House 2011



- Best Bank in Eastern Europe in "Financial Supply Chain" 2011

GLOBAL SECURITIES SERVICES



- UniCredit achieved 1 ranking in Austria, Bosnia, Bulgaria, Croatia, Czech Republic, Hungary, Poland, Serbia, Slovakia, Slovenia and Ukraine in 2012 Global Investor Subcustody Survey



- Top rated in Czech Republic, Hungary, Poland and Serbia by leading clients
- Top rated in Bulgaria, Hungary, Kazakhstan, Poland, Romania, Serbia and Ukraine by cross-border non-affiliate clients
- Top rated in Bosnia, Bulgaria, Hungary, Kazakhstan, Russia and Ukraine by domestic clients in Global Custodian Agent Banks Survey 2011



- Best Sub-Custodian Bank in Austria, Croatia and Hungary 2011 and CEE 2011 by Global Finance

Buďte klientom jednej z najlepších.

Banková skupina UniCredit získala
5. najvyššie hodnotenie medzi
poskytovateľmi obchodného financovania
na svete a jedno z 3 najlepších
pre strednú a východnú Európu.

Viac informácií
na gtb@unicreditgroup.sk
www.unicreditbank.sk
UniTel 0800 180 180

Život je plný úspechov aj pádov.
S nami zvládnete oboje.

Vitajte
UniCredit Bank

ČISTÁ ENERGIA A BIODIVERZITA

Slovenské elektrárne, člen skupiny Enel, kontinuálne rozvíjajú program Energia pre krajinu, ktorý odráža politiku sociálnej a environmentálnej zodpovednosti spoločnosti. Jeho súčasťou je aj program Energia pre prírodu zastrešujúci aktivity zamerané na ochranu prírody a životného prostredia vrátane podpory a stabilizácie biodiverzity. V rámci partnerstva s Tatranským národným parkom už Slovenské elektrárne zrealizovali celý rad výnimočných a efektívnych projektov.

Pilotným projektom sa stal v roku 2007 projekt na ochranu kamzíka vrchovského tatranského a svišťa vrchovského tatranského. Postupne pribudli iniciatívy na záchranu sokola sfahotavého a rozšírila sa spolupráca aj v oblasti monitorovania a ochrany dravých vtákov (orla skalného, orla kríklavého) a (rysa ostrovida, vlka dravého).

Slovenské elektrárne za projekt Energia pre krajinu – záchrana najzázračnejších živočíšnych druhov v slovenských pohoriach získali cenu European Business Awards for the Environment (EBAE) v Bruseli.



svišť vrchovský
tatranský



orol kríklavý



kamzíček vrchovský
tatranský



sokol sfahotavý



vlk dravý



rys ostrovid

 SLOVENSKÉ
ELEKTRÁRNE



ENERGIA PRE **PRÍRODU**
ENERGIA PRE KRAJINU

www.seas.sk
energiaprekrajinu.sk



European Business
Awards for the
Environment

partneri: www.spravatanap.sk, www.zoopost.sk, www.lesytanap.sk, www.kol.sk