



Le persone come forza distintiva: la filosofia lean in un'azienda vinicola

San Michele all'Adige – 6 novembre 2015
Giampietro Povolo

6° SEMINARIO
INTERNAZIONALE
MARKETING
DEL VINO





**Come le persone diventano il vero fattore
distintivo nelle aziende**

**6° SEMINARIO
INTERNAZIONALE
MARKETING
DEL VINO**





Se facessimo tutte le
cose che siamo capaci
di fare,
ci stupiremmo
davvero.

Thomas Edison



CIELO e TERRA

GRUPPO CANTINE COLLI BERICI

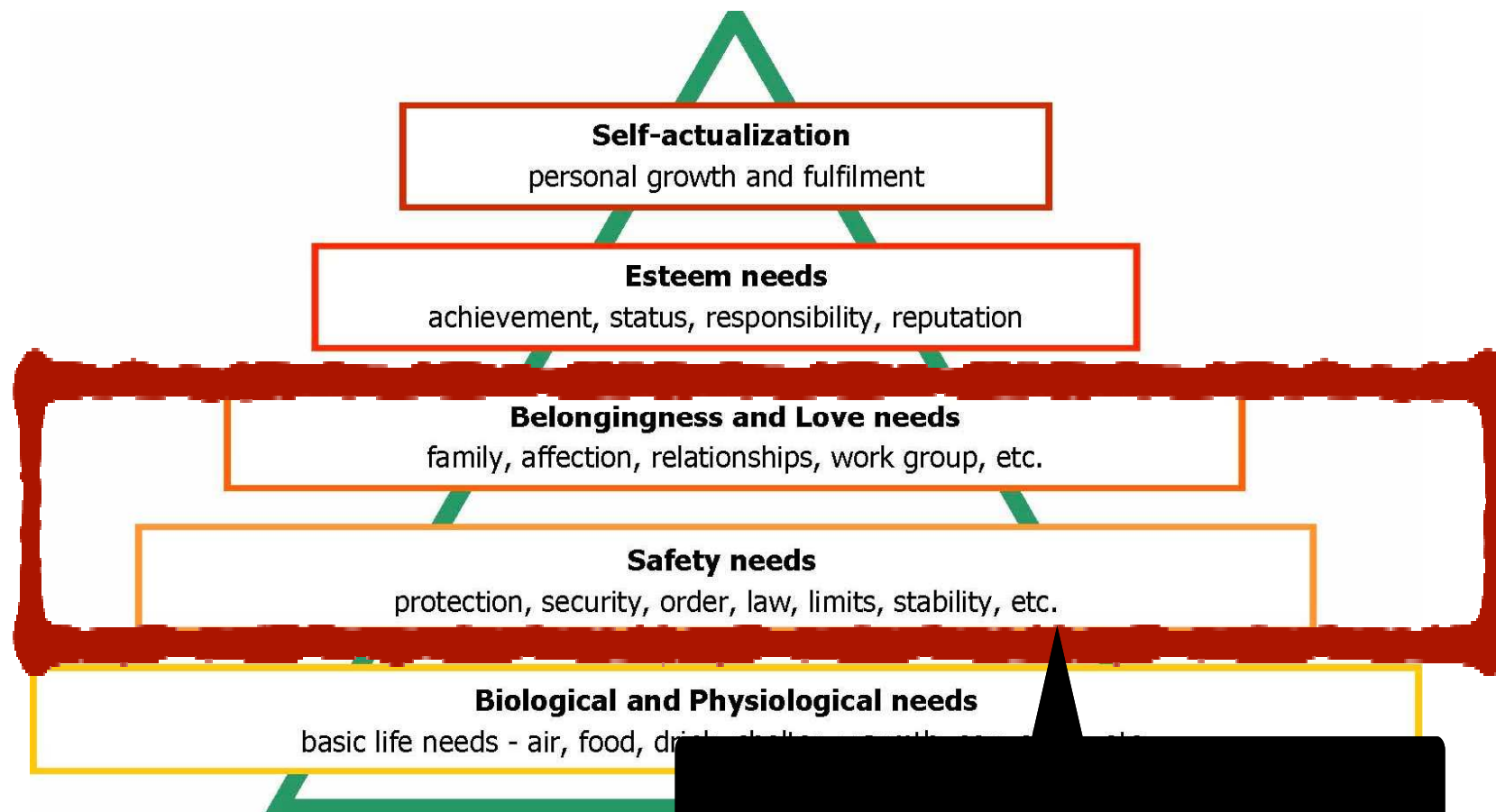
PIRAMIDE DI MASLOW



MOTIVAZIONE 1.0



PIRAMIDE DI MASLOW



MOTIVAZIONE 2.0

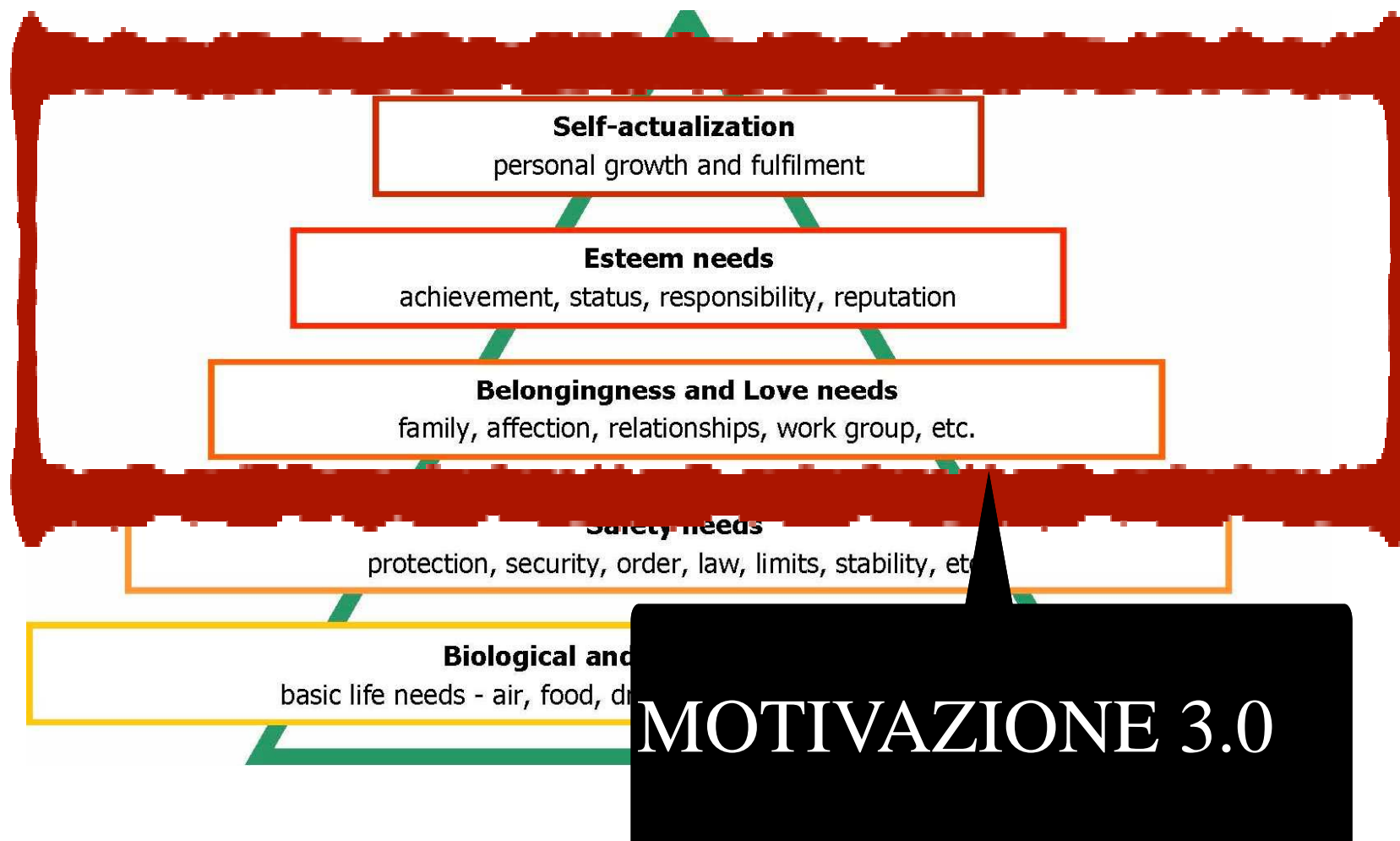
MOTIVAZIONE 2.0



MOTIVAZIONE 2.0



PIRAMIDE DI MASLOW



MOTIVAZIONE 3.0



Il lavoro sussurra Taylor consiste principalmente in compiti semplici e non particolarmente interessanti.

L'unico sistema per fare in modo che le persone li svolgano è incentivarle in modo appropriato e sorvegliarle attentamente.



MOTIVAZIONE 3.0



MOTIVAZIONE INTRINSECA

l'esecuzione del compito fornisce una
ricompensa intrinseca

Kaizen

改善





The Tree Metaphor

The image of a tree has been used to symbolize the Toyota Vision from 'roots to fruits'. The tree is a symbol of natural strength. It is useful and long-lasting, something that continues to grow and flourish year after year.

The Toyota principles are represented as the roots because everything we do as a company must grow from the foundation of our beliefs. These roots support the trunk of the tree, which signifies the strength and stability of our operations.

From the trunk, the branches lead to the 12 tenets that make up the Toyota vision - the 'fruits' of the tree. The tree allows all of this imagery to be connected together, a metaphor for how closely we at Toyota work together to achieve success.

Finally, the tree is set in a human environment, to remind us of who we work for - our customers. The backdrop is universal, to represent our customers across the globe.

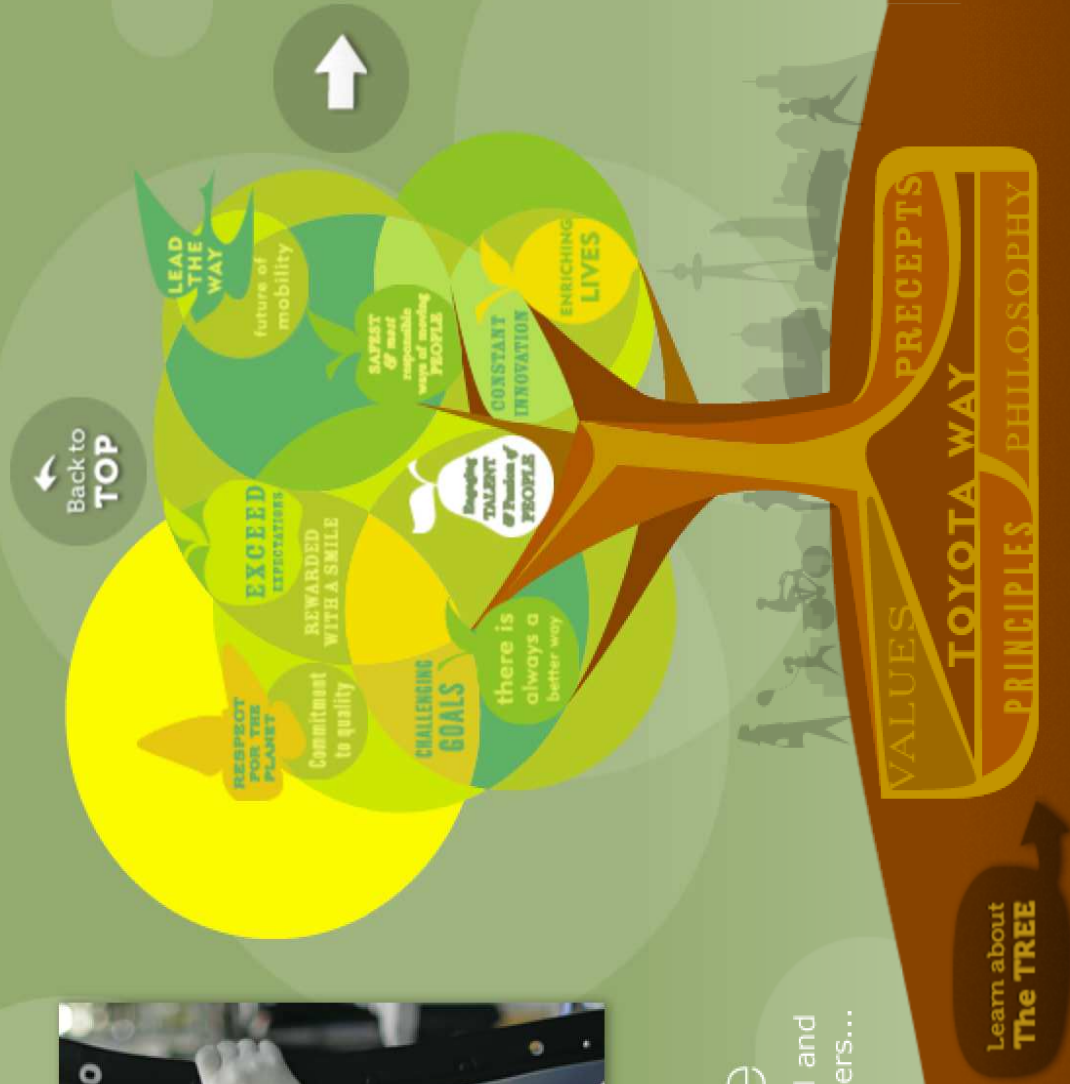


UN DIVERSO SISTEMA DI MANAGEMENT

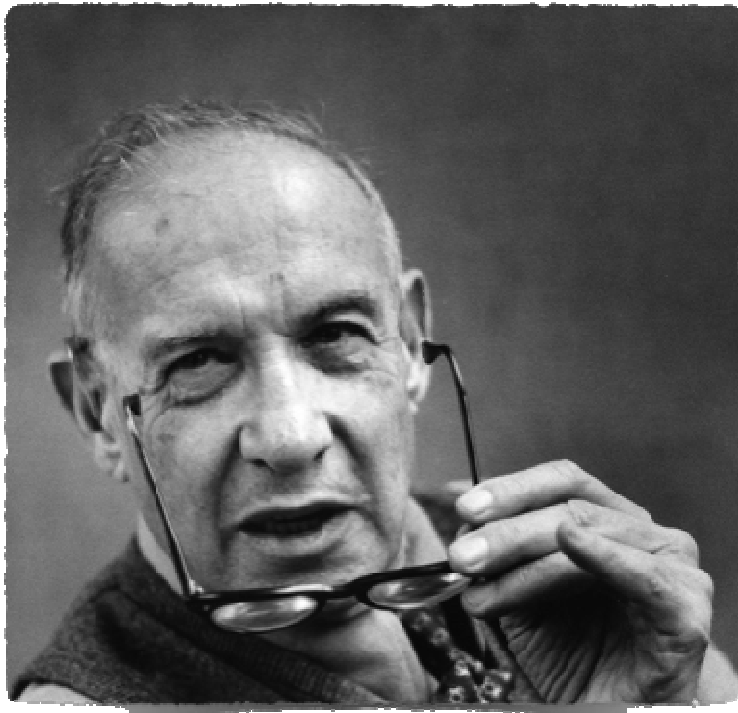


engaging the talent and passion of people

The power of our organization comes from the skill and diversity of our team members and business partners... solving problems and creating new ideas.



改善



Ogni artista nel corso della storia ha praticato kaizen, o organizzato il continuo auto-miglioramento.

Ma finora solo i giapponesi (forse a causa della loro tradizione Zen) lo hanno incarnato nella vita quotidiana e nel lavoro delle loro aziende.

SAKICHI TOYODA



Always be studious and creative, striving to
STAY AHEAD OF THE TIMES.

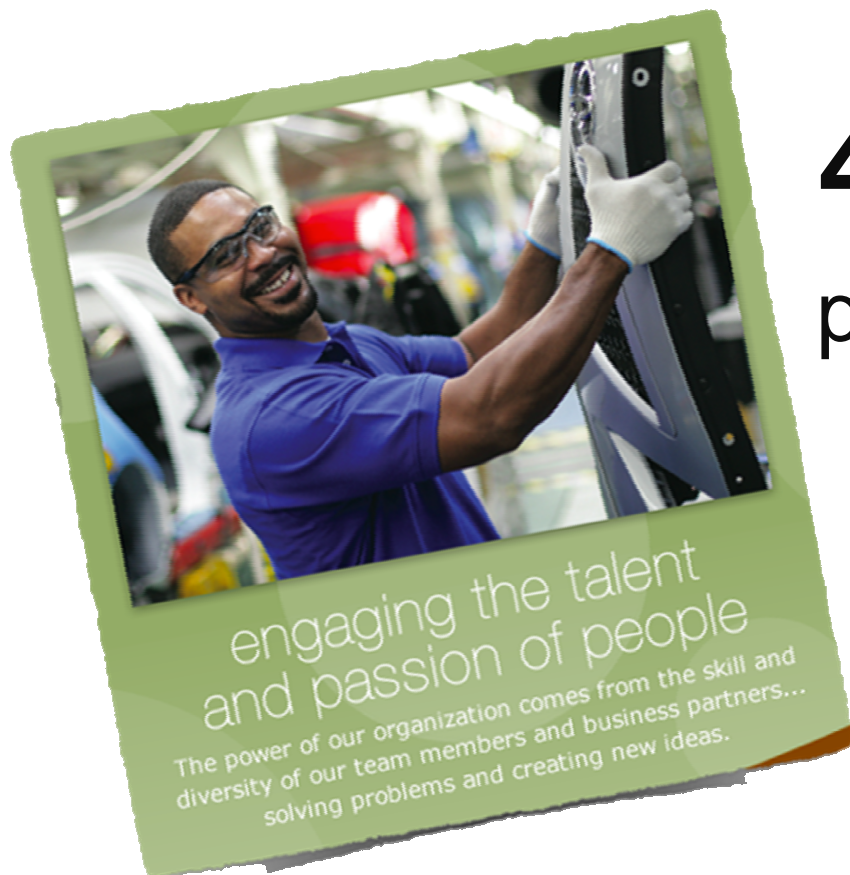
Always strive to
BUILD a HOMELIKE ATMOSPHERE
at work that is warm and friendly.





1951 - 2011

40.000.000



40-50

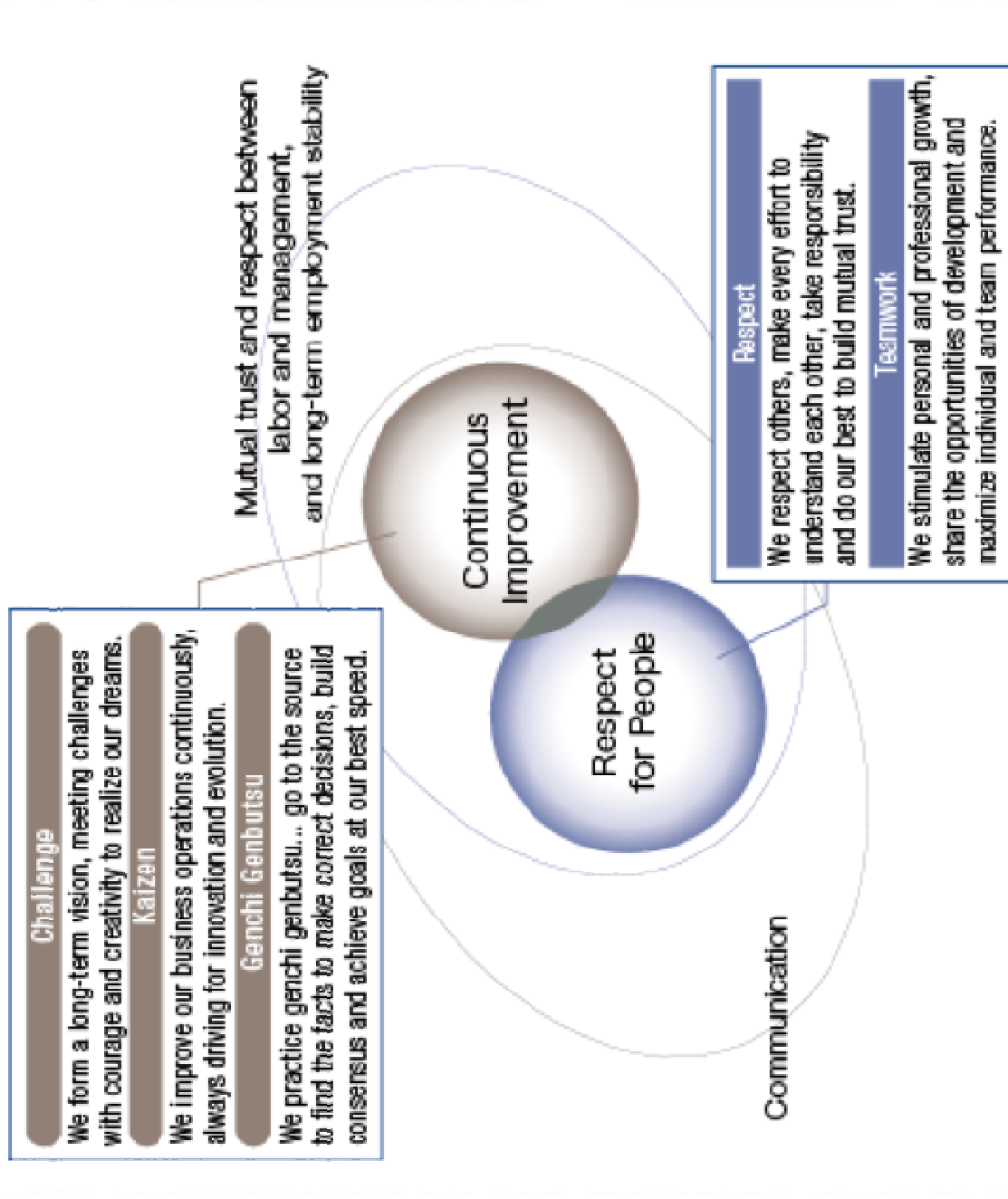
proposte / addetto / anno

e nella vostra azienda?



=

**Basso
coinvolgimento
Cosmesi
Orientamento al
risultato
Top-down
Problema di
sostenibilità**





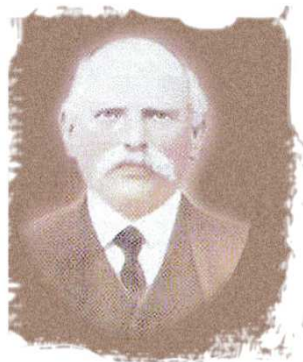
La Cielo e Terra

La storia

6° SEMINARIO
INTERNAZIONALE
MARKETING
DEL VINO

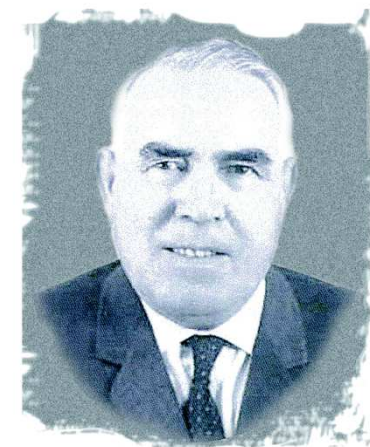


I primi cinquant'anni



Il legame tra la terra e la famiglia Cielo nasce nella Valle del Chiampo e precisamente nel podere di Casa Defrà, attorno al piccolo vigneto della famiglia Cielo.

L'attività familiare nasce nel 1908 e si amplia con Pietro Cielo la cui affinità con la terra si manifesta non solo nella continuità della tradizione familiare ma anche con l'impegno sociale.



Gli anni '60



Nel 1962, l'attività viti-vinicola viene ampliata da tre degli otto figli di Pietro, Giovanni, Renzo e Piergiorgio, l'entusiasmo dei quali li porta a creare una nuova cantina nella sede attuale e ad estendere il mercato dei loro vini a livello nazionale.

Ma la produzione della piccola attività viticola non è sufficiente a soddisfare le richieste di mercato, quindi l'azienda "Cielo" acquista vini sfusi che lavora e confeziona.

Gli anni '90



Negli anni '90 si rende necessaria un'azione rapida che permetta all'azienda di controllare la produzione dalle vite alla bottiglia.

A questo scopo viene instaurato un rapporto di stretta collaborazione con uno dei fornitori della "Cielo", le "Cantine dei Colli Berici Società Cooperativa", alle quali cede la quota di maggioranza per dare al mercato un forte segnale di legame con la produzione.

Cielo e Terra Oggi

L'azienda fa un fatturato di circa 40 milioni di euro, per metà all'estero

In Italia siamo leader nella
GDO per numero di bottiglie
vendute.



I nostri vini Freschello Bianco e Rosso
sono i 2 vini in bottiglia più venduti in
Italia (fonte dati IRI).

Cielo e Terra Oggi

All'estero siamo presenti in oltre 60 Paesi

I Paesi principali sono USA,
Russia, Germania,
Inghilterra, Cina e Giappone



Siamo presenti sia nel canale
tradizionale che in catene della
moderna distribuzione



Cielo e Terra Oggi

Negli ultimi 10 anni abbiamo cercato di innovare l'azienda sotto diversi punti di vista:

- cambiando gran parte dell'assortimento prodotti e migliorato il livello qualitativo
- Estendendo la nostra distribuzione in Italia e all'estero
- continuando ad investire in macchinari ed impianti
- investendo molto in formazione aziendale
- attivando e partecipando a progetti solidali e di inclusione lavorativa oltre a progetti di sostenibilità ambientale
- innovando il processo produttivo e aziendale applicando l'approccio Kaizen o Lean per primi nel settore vinicolo in Italia



La Cielo e Terra

Le persone della Cielo e Terra

6° SEMINARIO
INTERNAZIONALE
MARKETING
DEL VINO



FONDAZIONE
EDMUND
MACH



Persone – la Cielo e Terra



Persone – Evoluzione della specie?

Una interessante ricerca ipotizza che le capacità cognitive degli esseri umani siano correlate al bisogno di cooperazione e/o collaborazione che ha comportato la necessità di sviluppare un linguaggio comune che ha fatto fare il vero salto di qualità alla specie umana.

E non alla grandezza del cervello o dei lobi frontali, alla separazione dei due emisferi (sinistro o destro), o alla presenza di alcune cellule nervose (c.d. di Von Economo...), ecc.

Persone – Sarà vera evoluzione?



Persone – kaizen

Guido Rossi definì così i mali dell'Italia: «il rifiuto delle regole e l'avversione al cambiamento» (recentemente citato da John Hopper corrispondente dell'Economist nel suo libro «Italians»)

In Cielo e Terra abbiamo «rivoltato» questo concetto:

- Applichiamo strenuamente REGOLE (e REGOLAMENTI)
- Quando serve le cambiamo ASSIEME
- Siamo «geneticamente modificati» per gestire il CAMBIAMENTO

Recupero e eliminazione sprechi

L'eliminazione degli sprechi è una delle basi del metodo kaizen

Per questo ricerchiamo in maniera spasmodica la riduzione dei consumi inutili (materiali, lavoro, tempi)

In quest'ottica si collocano i progetti di recupero delle calorie degli impianti frigoriferi e la collaborazione con DGM (per il recupero delle calorie dei compressori d'aria), con OM Still (carrelli elevatori con recupero di energia), con Win&Tec (recupero delle acque di processo)

Materiali

Dalla collaborazione con fornitori innovativi e con la stessa nostra filosofia nascono i progetti di utilizzo materiali a minor impatto ambientale:

- con Verallia e OI per le bottiglie più leggere
- Con DS SMITH per gli imballaggi in cartone con carta FSC
- Con Grafical per le etichette con carta FSC

All'interno di questo capitolo si pone anche l'attenzione al recupero dei materiali (separazione dei rifiuti per lo smaltimento più efficiente) e progetti di recupero innovativi (RafCycle per i supporti delle etichette in carta siliconata)

Tecnologia

Con la sostituzione di parte della linea di imbottigliamento abbiamo introdotto una modifica che ha portato alla notevole riduzione dei consumi di acqua per il raffreddamento di una parte delle pompe.

Stiamo ancora lavorando per rendere più efficiente l'utilizzo di acqua per lavaggi senza ovviamente compromettere la necessaria igiene nelle fasi di imbottigliamento

Dal 2013 abbiamo migrato i nostri server sul cloud: alcuni studi confermano la riduzione delle emissioni di gas serra grazie al cloud (la cosiddetta «nuvola»)

Nel 2014 abbiamo sostituito l'intero impianto di illuminazione (con lampade al LED)

Tradizione - Collaborazioni

Nell'ottica del recupero delle potenzialità della storia e delle tradizioni del nostro settore siamo «amici» della Biblioteca La Vigna piccolo gioiello di Vicenza che è la più grande biblioteca al mondo dedicata al mondo della Vite e del Vino.

Siamo inoltre soci CUOA e collaboriamo nei progetti Valore Terra (best practices del settore agroalimentare) e come testimonial nel Corso in gestione delle imprese Vitivinicole

Nel 2013 la collaborazione con AREA SCIENCE PARK nell'ambito del progetto PINE che ci ha confortato sulle scelte fatte e pianificate e ci ha dato ancor più forza per il futuro.



La Cielo e Terra

Le persone «fuori» dalla Cielo e Terra

6° SEMINARIO
INTERNAZIONALE
MARKETING
DEL VINO



PROGETTO di DIVERSITY & INCLUSION
“MESSAGE IN A BOTTLE”



A.GEN.DO. onlus
associazione down di vicenza





IL PROGETTO

Il progetto *Message in a bottle* nasce dalla volontà di Cielo e Terra di sviluppare un'azione di Diversity & Inclusion affidando il confezionamento di 3600 cassette natalizie ad un gruppo di persone con sindrome di Down presso l'associazione A.GEN.DO Onlus.

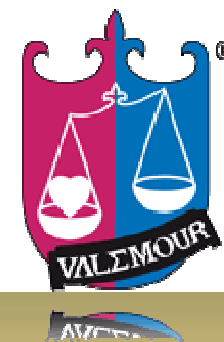
Temipistiche: ottobre e novembre 2015

Partner coinvolti: Cielo e Terra Spa, A.GEN.DO Onlus, Fondazione Adecco per le Pari Opportunità, Valemour, Fondazione Più di un Sogno Onlus

Persone coinvolte: 6 persone con sindrome di Down, 2 educatori e 2 volontari



A.GEN.DO. onlus
associazione down di vicenza



PERCHE' MESSAGE IN A BOTTLE

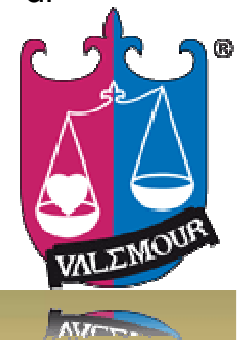


Il progetto *Message in a bottle* si prefigge il raggiungimento dei seguenti obiettivi:

1. Offrire ad un gruppo di persone con sindrome di Down l'opportunità di sviluppo di competenze professionali e trasversali attraverso l'esperienza lavorativa presso l'HUB realizzato nell'associazione
2. Implementare la responsabilità sociale di Cielo e Terra
3. Sensibilizzare i dipendenti Cielo e Terra sui temi Diversity & Inclusion
4. Creare una buona prassi replicabile alle aziende del settore a livello territoriale
5. Creare le condizioni per poter favorire un successivo inserimento in azienda delle persone con sindrome di Down



A.GEN.DO. onlus
associazione down di vicenza





PROSSIMI STEP

Alcune proposte per possibili attività da realizzare coi i partner:

- Giornata di visita delle persone con sindrome di Down presso punto vendita Auchan per ancorare l'esperienza nella HUB al sistema di distribuzione del prodotto
- Giornata di visita delle persone con sindrome di Down presso Cielo e Terra per conoscere la realtà aziendale e il processo produttivo
- Realizzazione di un video sul progetto da utilizzare nelle comunicazioni interne/esterne
- Implementazione del progetto allargando la partnership ad altri soggetti e considerando altre attività (es. limited edition, packaging con materiale eco-compatibile, ecc.)
- Attività di sensibilizzazione dei dipendenti Cielo e terra attraverso:
 1. Giornata di volontariato a fianco delle persone con sindrome di Down nei laboratori di Ag.end.o
 2. Dialogo sulla diversità in azienda con focus sulla disabilità e la sindrome di Down



A.GEN.DO. onlus
associazione down di vicenza





Grazie

Giampietro.povolo@cieloeterravini.com

**6° SEMINARIO
INTERNAZIONALE
MARKETING
DEL VINO**

