

## IL PROGETTO

**VILLORBA** Alla ricerca di assistenti multilingua per i mercati della moda e del lusso. E poi, entro fine anno, anche di venditori. Aton, azienda con base a Villorba fondata da Giorgio De Nardi, specializzata in software gestionali per logistica, distribuzione e vendita, non resta ad attendere. Dopo il successo della prima edizione, la AtonAcademy, "bottega formativa digitale", riapre i battenti. Si parte dalla ricerca di figure pronte a interfacciarsi con i clienti in tutto il mondo per fornire assistenza a brand mondiali del fashion e del luxury, segmento sempre più in crescita. «L'unico requisito, di fatto, è non essere occupati. Puntiamo molto sui Neet (chi non studia e non lavora, ndr). Senza far differenze per titolo di studio: si guarda anche a chi magari fatica a trovare un inserimento lavorativo coerente con quanto studiato, a contare sono la capacità e la voglia - spiega De Nardi - offriamo un percorso di formazione gratuito a distanza (per un totale di 9 settimane, ndr), con test e certificazioni. Un processo che è assolutamente democratico e meritocratico».

## IL PERCORSO

Dopo l'attività da remoto, a cui potrà seguire una formazione pratica per chi verrà scelto, le persone potranno essere selezionate per l'assunzione vera e propria. L'obiettivo è rinforzare il team di circa cento addetti (su 240) già impegnati nell'ambito dell'assistenza Aton. «A livello generale, normalmente i reparti di assistenza venivano messi nei Paesi dell'Est, perché il personale costava meno - sottolinea De Nardi - adesso invece si sta riportando in Italia delle attività che erano state terziarizzate. Questo perché c'è una qualità e un'attenzione per il cliente che è diversa. Anche attraverso l'Academy riusciamo a dare un'elevata formazione alle persone. Il costo è importante. Ma lo è ancora di più la qualità del servizio». Tecnicamente si può inquadrare come un reshoring. «Il servizio in questione si pone

# Ecco l'accademia per assistenti digitali «Settore in crescita»

►Torna la "bottega formativa" di Aton De Nardi: «Qui chi ha voglia e capacità»

►Obiettivo: rinforzare il team di addetti «Basta Est Europa, i servizi ora sono qui»



L'IMPREDITORE Giorgio De Nardi, patron di Aton, ha lanciato la seconda edizione di AtonAcademy per formare nuove figure professionali



a un livello superiore rispetto a quello di risolvere un problema tecnico - aggiunge l'imprenditore - parliamo di figure, definite come super-commesse, che si affiancano al cliente, conoscono il suo business, e sono in grado di dare sostegno e consulenza a 360 gradi». Non a caso nella formazione sono previsti anche corsi di psicologia relazionale.

## IL FOCUS

Oltre all'aspetto dell'intelligenza artificiale, al momento al servizio soprattutto gli stessi operatori. Cercando assistenti per tutto il mondo, è chiaro che bisogna conoscere qualche lingua. Ne è richiesta almeno una tra francese, spagnolo e tedesco, oltre a italiano e inglese. Ma per il resto si lasciano le porte aperte. È stato così per la prima AtonAcademy dedicata alla ricerca di figure come help desk tecnici. L'iniziativa si è conclusa con 3 assunzioni: Marco, originario di Cefalù, dove era impegnato nel turismo; Egle, lituana con base a Ravenna, con formazione in ambito archeologico; Olivia, da Viareggio, che veniva dal mondo della biologia. Tutti e tre oggi lavorano con contratto in full remote, dalla loro città, raggiungendo il team quando i progetti lo richiedono. «Il lavoro non è tanto un luogo: lavoriamo per obiettivi - sottolinea Stefano Negroni, people & culture manager dell'azienda - è stata data e continuerà a essere data a persone attualmente non occupate la possibilità di formarsi e di collocarsi a livello lavorativo, anche da contesti meno vantaggiosi rispetto alla piazza di Treviso». La prima edizione dell'accademia ha visto la partecipazione di 270 persone. Alla fine sono state rilasciate 750 certificazioni, sempre spendibili. La risposta locale, però, è stata piuttosto contenuta. «Solo il 10% arrivava dal trevigiano o dal Veneto - rivela De Nardi - ma bisogna anche tener conto che l'azione è mirata e che ci sono diverse condizioni di partenza». Di seguito, si aprirà un'edizione dell'Academy anche per venditori.

Mauro Favaro  
© RIPRODUZIONE RISERVATA

## Itagency, Exclama, Maikii e Faba: le quattro aziende dei Fabbrini in un'unica sede

## IL QUARTIER GENERALE

**CARBONERA** Quattro aziende sotto un tetto. La famiglia Fabbrini riunisce per la prima volta in un unico quartier generale le proprie società: Itagency, Exclama, Maikii e Faba. Frutto di due anni di lavori e di un investimento intorno ai 5 milioni di euro, comprensivi della ristrutturazione dell'adiacente sede storica, il nuovo edificio progettato dallo studio trevigiano di architettura Carlana, Mezzalira e Pentimalli è stato costruito ex novo su un terreno di proprietà a Vascon di Carbonera. A regime, ospiterà circa 180 addetti. I primi ne hanno già preso possesso, anche se il taglio del nastro ufficiale è in programma il 30 maggio.

## LA STRUTTURA

Al piano terra, la reception, le sale riunioni istituzionali, uno showroom, una vera e propria caffetteria e un'area dove sedersi a mangiare o a conversare per qualche minuto. Al primo piano trovano posto gli uffici di Itagency, la maggiore e originaria impresa del gruppo, leader italiana nella distribuzione di articoli per tabaccherie, cartolerie e affini. Fondata nel 1975 da Pietro Fabbrini: «Lavoravo per un gruppo tedesco del settore del ta-

bacco. Poi ho deciso di mettermi in proprio: da solo giravo tutta Italia con la mia Fiat I24, partivo il lunedì all'alba e tornavo il venerdì sera, facendo anche 1100 chilometri in un anno», racconta il capostipite, 83 anni, tuttora presidente. Oggi l'azienda conta 115 dipendenti, più 150 tra agenti e promotori, e serve una rete di 57 mila tabaccherie, ma di recente è entrata anche nella gdo. Ha chiuso il 2023 con un fatturato di 84,4 milioni di euro, in crescita di oltre il 4%. Aumento trainato soprattutto dai cosiddetti "prodotti di nuova generazione", dalle sigarette elettroniche ai dispositivi Iqos e ai sacchetti di nicotina, i cui ricavi sono quasi quadruplicati, fino a 25 milioni di euro. «Sono il futuro: un giorno, non molto lontano, non ci sarà più il tabacco, ma solo questi prodotti alternativi», nota Marco Fabbrini, figlio maggiore di Pietro, attuale amministratore delegato.

## L'AGGREGAZIONE

Proprio il personale di Itagency è già operativo nella nuova sede, liberando così il vecchio stabilimento, a pochi passi: questo verrà trasformato in magazzino logistico, ad alta digitalizzazione e collegato con la nuova parte direzionale. «Siamo partiti dalle nostre nuove esigenze operative

e logistiche per arrivare ad avere una sede che sia anche e soprattutto un luogo di aggregazione e condivisione tra le persone - conferma Marco Fabbrini - Siamo cresciuti molto negli ultimi anni, non solo in termini di fatturato, ma anche come numero di risorse. Concentrare in un unico spazio aziende diverse, di settori diversi e anche con dipendenti di età diverse pensiamo possa aiutare lo sviluppo reciproco».



**A VASCON** La nuova sede delle aziende della famiglia Fabbrini progettata dallo studio di architettura Carlana, Mezzalira e Pentimalli  
(NuoveTecniche/MOCCI)

## IL TRASLOCO

Nei prossimi giorni inizieranno il trasloco anche i dipendenti di Exclama (produzione e progettazione di collezioni personalizzate di abbigliamento, borse, accessori, merchandising), Maikii (chiavette Usb e altri accessori tecnologici e di moda) e Faba (il marchio del "Raccantastorie", apparecchio per raccontare fiabe ai bambini). A loro è destinato il secondo piano. Le tre società sono state create e sono guidate da Matteo Fabbrini: «Abbiamo progettato questi spazi con un'attenzione particolare alla flessibilità e all'adattabilità fondamentali per ospitare e sostenere la crescita continua delle nostre aziende. Ogni ambiente è pensato per evolversi insieme alle esigenze dei nostri team e delle attività che ospitano». La caratteristica comune della struttura, infatti, è la grande modularità, «vera sostenibilità e vero lusso moderno», spiegano i progettisti. Una flessibilità, peraltro, che si ritrova anche negli orari di lavoro, con possibilità di timbrare il cartellino a discrezione tra le 7.30 e le 9.30 e il "venerdì breve" per tutti, nell'ottica di favorire l'equilibrio tra vita professionale e personale. Ultima chicca dell'immobile: anche il tetto è "vivibile". Decorato con un "graffito" del designer veneziano Lorenzo Mason, accoglie un campo da basket e da volleyball, oltre a poter essere usato per eventi e presentazioni.

Mattia Zanardo  
© RIPRODUZIONE RISERVATA