

❖ SI È DEDICATA FIN DA GIOVANISSIMA ALL'AZIENDA DI FAMIGLIA, NELLA QUALE HA MATURATO UNA GRANDE ESPERIENZA SUL CAMPO. UNA CRITICA CHE VIENE SPESSO MOSSA AL NOSTRO SISTEMA UNIVERSITARIO RIGUARDA PROPRIO LA SCARSITÀ DI OPPORTUNITÀ CONCRETE DI TIROCINI E STAGE DA AF-

FIANCARE ALLA FORMAZIONE TEORICA. QUANTO CONTA L'ISTRUZIONE ACCADEMICA PER UN GIOVANE E QUANTO LA PRATICA SUL CAMPO?

Penso che l'istruzione accademica e quella pratica, cioè quella applicata sul campo, siano a tutti gli effetti due facce della stessa medaglia. I due mondi sembrano lontani ma

GIOVANI E DONNE PER INVESTIRE SUL FUTURO

38



| di Enrico Accettola | Direttore Quale Impresa

Legame tra Università e impresa, tema dell'immigrazione, le donne come creazione di valore e di cambiamento in un mondo che appare sempre più senza confini, dove il Paese è chiamato ad avere la capacità di rinnovarsi. Tutto questo è guardato e interpretato con gli occhi di Anna Maria Artoni, Past President dei Giovani Imprenditori di Confindustria.

Non c'è alternativa all'innovazione, al cambiamento. È l'unico modo per stare sul mercato. All'interno di un'azienda l'innovazione, che sia di prodotto, di processo, di confini geografici, deve essere la molla che spinge a cambiare per stare sul mercato.

sono vicinissimi. Un'Università che si vuole definire moderna deve contaminarsi con l'esterno, e questa era anche la motivazione delle origini, quando l'Università era molto aperta e cercava le contaminazioni. Il futuro va cercato nella sfida, e anche l'impresa - se vuole crescere - deve cercare un rapporto virtuoso con gli universitari. Per un giovane studente universitario mettere insieme l'attività di formazione universitaria e l'esperienza d'impresa rende professionalizzante il percorso metodologico. Penso che il confronto continuo sia fondamentale per entrare al meglio nel mercato del lavoro e i GI fanno scuola in questo ambito perchè il loro mondo si è sempre avvicinato alla scuola per fare cultura d'impresa.

❖ LA ARTONI TRASPORTI È STATA FONDATA DA SUO NONNO NEL 1933. QUALITÀ, TRASPARENZA E INNOVAZIONE SONO DA ANNI I VOSTRI VALORI CARDINE. IL SISTEMA ITALIA DOVREBBE INVESTIRE MAGGIORMENTE NELLA CULTURA DELL'INNOVAZIONE. QUAL È LA VIA MAESTRA?

Non c'è alternativa all'innovazione, al cambiamento. È l'unico modo per stare sul mercato. All'interno di un'azienda l'innovazione, che sia di prodotto, di processo, di confini geografici, deve essere la molla che spinge a cambiare per stare sul mercato. Il mondo oggi è senza confini; di contro noi abbiamo un Paese vecchio, che non ha avuto la capacità di innovarsi. Le stesse vecchie infrastrutture non creano un contesto favorevole al cambiamento. ►

❖ DEDIZIONE AL LAVORO E ATTACCAMENTO ALLA FAMIGLIA: DUE VALORI CHIAVE NEL SUO PERCORSO UMANO E PROFESSIONALE. IN ITALIA LA CONCILIAZIONE FAMIGLIA/ LAVORO È ANCORA CONSIDERATA UNA QUESTIONE PRIVATA. QUALI STRATEGIE OCCORRE METTERE IN CAMPO A SUPPORTO DELLE DONNE CHE LAVORANO?

Le donne che competono ad armi pari nel mondo della formazione mediamente portano a casa risultati migliori. Il problema è dopo, nel mercato del lavoro, dove alcune questioni continuano ad essere considerate culturalmente un affare privato delle donne, nonostante la cultura sia cambiata dal punto di vista dell'integrazione e della capacità di gestire la questione di genere rispetto al passato. Penso che il nostro Paese continui ad investire troppo poco sulle donne. Io vivo in una Regione fortunata ma altrove non è così, mancano spesso anche semplici servizi di supporto, ad esempio un trasporto pubblico adeguato per portare a scuola i bambini. Anche se i servizi aiutano ma da soli non bastano.



◉ ORMAI PREVALE IN EUROPA UN NUOVO APPROCCIO CULTURALE: NON PIÙ POLITICHE PER LA PARITÀ DEI SESSI, MA POLITICHE CAPACI DI VALORIZZARE LE DIFFERENZE TRA I SESSI. EPPURE NONOSTANTE UN DISCRETO INCREMENTO, LE DONNE NON RIESCONO ANCORA AD AFFERMARSI APPIENO SUL MERCATO DEL LAVORO...

Gli uomini e le donne sono diversi, la donna ha un ruolo nella famiglia che non può essere sostituito, ma è vero che esistono anche barriere culturali. Pensiamo ad esempio a tutto il mondo della comunicazione, chi ha successo normalmente è velina o è modella, non diventa famosa l'imprenditrice di successo che ha fatto carriera. Dal punto di vista politico questo Governo per la prima volta ha una forte presenza femminile, ma per molto tempo le donne sono state Ministri delle Pari Opportunità, dove invece ci dovrebbe essere un uomo. Anche se i segnali di accelerazione ci sono, la donna deve sentirsi maggiormente investita in questo processo di cambiamento. Sono passati 12 anni da quando sono stata eletta presidente GI Confindustria, e nella mia squadra la presenza maschile e femminile era al 50%. L'imprenditoria per fortuna è un po' più avanti della società. ►

◉ QUANDO ERA ALLA GUIDA DEI GI FECE CLAMORE UNA SUA AFFERMAZIONE: DICHIARÒ CHE L'IMMIGRAZIONE RAPPRESENTA UNA FORZA NECESSARIA PER LO SVILUPPO DELLE ECONOMIE OCCIDENTALI. USA, CANADA E AUSTRALIA SI SONO MOSSE DA ANNI IN QUESTA DIREZIONE. IN CHE MODO L'EUROPA POTREBBE AGEVOLARE L'ARRIVO DEI CERVELLI?

L'Italia ha sempre considerato l'immigrazione come un problema e gestito l'ingresso degli immigrati con delle sanatorie senza investire mai nella reale capacità di attrazione dei talenti. Se vogliamo essere attraenti dobbiamo avere un Paese attraente, cioè avere ad esempio un'Università di qualità e dei canali di ingresso semplificati per chi vuole portare valore. Dobbiamo rovesciare la logica esistente e gestire l'immigrazione come attrazione di talenti, a partire dal mondo della formazione. Immigrazione e donne sono elementi di innovazione, perché dove metti diversità metti valore.

◉ ALL'INDOMANI DELLA CRISI FINANZIARIA CHE HA COLPITO IL PAESE QUALI SONO LE NUOVE ESIGENZE CHE L'INDUSTRIA DEVE SODDISFARE?

Credo che in realtà la metamorfosi imprenditoriale sia in atto da tempo, da quando le nostre imprese hanno allargato i loro confini. C'è voglia di innovare, di trasformare. Quindi più che un problema di imprese o imprenditori, il problema è il Paese. Le imprese ce la stanno già mettendo tutta: innovano, investono sui giovani, sulle diversità, ma ora anche il Paese deve dare dei segnali e cominciare ad investire e creare qui un ambiente favorevole al fare impresa.

◉ È STATA ELETTA PRESIDENTE DEI GIOVANI IMPRENDITORI NEL 2002. QUALI SONO LE SFIDE CHE IL MOVIMENTO SI È TROVATO AD AFFRONTARE IN QUEGLI ANNI E QUALI QUELLE CHE LO ATTENDONO OGGI?

Leggendo il libro di Alberto Orioli "Figli di papà a chi?" ho ritrovato che tutte le epoche descritte hanno in comune la stessa scintilla. Il Movimento ha saputo cioè - in ogni contesto storico - guardare al suo interno e contemporaneamente al futuro, oltre la logica di breve termine. Noi, a nostro modo, abbiamo seminato qualcosa e lasciato un segno. Questa è la forza generazionale e la consapevolezza di avere una grande storia, fatta di passaggi importanti, di migliaia di GI che hanno trovato il modo di combattere con una grande passione civile. ■

.....

CREDO CHE LA METAMORFOSI IMPRENDITORIALE SIA IN ATTO DA TEMPO, DA QUANDO LE NOSTRE IMPRESE HANNO ALLARGATO I LORO CONFINI. C'È VOGLIA DI INNOVARE, DI TRASFORMARE.

.....



03/04/2014

Confindustria, i giovani imprenditori in un libro

E' stato presentato a Milano nella sede del Sole 24 Ore il libro di Alberto Orioli "Figli di papà a chi? Storia del movimento che ha cambiato la Confindustria". Il volume ripercorre l'itinerario storico del gruppo dei giovani imprenditori di Confindustria con una ricca documentazione dalla fondazione ai giorni nostri, attraverso i protagonisti le storie. Alla presentazione hanno partecipato, oltre all'autore, il presidente di Confindustria Giorgio Squinzi, il presidente giovani imprenditori Confindustria Jacopo Morelli, i past-president nazionali dei giovani imprenditori Aldo Fumagalli e Anna Maria Artoni, il presidente Confindustria Monza e Brianza Andrea Dell'Orto e il direttore del Sole 24 Ore Roberto Napoletano. Nel corso della presentazione Anna Maria Artoni ha ricordato come, nel triennio di presidenza, molte energie siano state focalizzate nel formulare risposte concrete ai problemi strategici che vincolano la crescita delle imprese e del Paese. L'obiettivo è stato di guardare al futuro per anticipare fenomeni complessi e offrire una chiave di lettura per governarli. Il minimo comun denominatore di tutte le iniziative è sempre stato non rassegnarsi al declino, ma essere pronti ad investire sul futuro, sulle imprese e sul Paese, per sviluppare una nuova idea d'Italia e d'Europa. "Una realtà in movimento". Così Orioli (vice direttore del Sole 24 Ore) definisce il gruppo giovani. Di Anna Maria Artoni, presidente nazionale dei giovani imprenditori dal 2002 al 2005, il volume traccia un profilo tutto orientato alla "partecipazione dei territori". Artoni ha concluso sottolineando come i giovani imprenditori debbano essere sempre più protagonisti nelle loro aziende e nella società, sviluppando nuove idee e proposte per la crescita e l'innovazione del sistema delle imprese, dell'Italia e dell'Europa, mantenendo fermi quei valori che hanno ispirato la storia del Movimento.



07/04/2014

[Stampa](#)

Artoni, i dati viaggiano veloci con Extol

Artoni, azienda italiana leader nel settore dei trasporti e della logistica, grazie alla piattaforma EXTOL sviluppata in collaborazione con Primeur, è in grado di proporre ai propri clienti una soluzione di scambio dati E.D.I. basata su standard internazionali, semplice e veloce da realizzare, completamente gratuita. Una soluzione snella ed efficiente per l'integrazione delle richieste di ritiro, dei dati delle spedizioni e delle disposizioni per la merce in giacenza.

Grazie alla straordinaria flessibilità e semplicità della piattaforma EXTOL, Artoni è in grado di fornire ai propri clienti in pochi giorni una soluzione "chiavi in mano", capace di interpretare un gran numero di tipologie di dati senza complicati interventi tecnici.

La nuova soluzione migliora ulteriormente il supporto alle aziende garantendo un elevato livello di integrazione tra cliente e Artoni, abbattendo i tempi di gestione delle spedizioni e riducendo il rischio correlato ad una gestione manuale delle informazioni.

Fonte: [ARTONI TRASPORTI](#)

L'online di
TRIBUNA ECONOMICA

GIORNALE DI ECONOMIA FINANZA

Area Agenzia Stampa

...dal 1986



HOME

AREA AGENZIA STAMPA

AREA AMBASCIATE

AREA MINISTERI ESTERI

area
MINISTERI DEGLI AFFARI ESTERI

Aziende diverse

Artoni: nuova soluzione di scambio dati E.D.I. in collaborazione con Primeur

Publicato: 07 Aprile 2014



Artoni, grazie alla piattaforma EXTOL sviluppata in collaborazione con Primeur, è in grado di proporre ai propri clienti una soluzione di scambio dati E.D.I. basata su standard internazionali, semplice e veloce da realizzare, completamente gratuita. Una soluzione snella ed efficiente per l'integrazione delle richieste di ritiro, dei dati delle spedizioni e delle disposizioni per la merce in giacenza. Grazie alla straordinaria flessibilità e semplicità della piattaforma EXTOL, Artoni è in grado di fornire ai propri clienti in pochi giorni una soluzione "chiavi in mano", capace di interpretare un gran numero di tipologie di dati senza complicati interventi tecnici. La nuova soluzione migliora ulteriormente il supporto alle aziende garantendo un elevato livello di integrazione tra cliente e Artoni, abbattendo i tempi di gestione delle spedizioni e riducendo il rischio correlato ad una gestione manuale delle informazioni.



07 APR 2014

Artoni: i dati viaggiano veloci con Extol



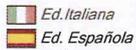
Artoni, azienda italiana leader nel settore dei trasporti e della logistica, grazie alla piattaforma EXTOL sviluppata in collaborazione con Primeur, è in grado di proporre ai propri clienti una soluzione di scambio dati E.D.I. basata su standard internazionali, semplice e veloce da realizzare, completamente gratuita. Una soluzione snella ed efficiente per l'integrazione delle richieste di ritiro, dei dati delle spedizioni e delle disposizioni per la merce in giacenza.

Grazie alla straordinaria flessibilità e semplicità della piattaforma EXTOL, Artoni è in grado di fornire ai propri clienti in pochi giorni una soluzione "chiavi in mano", capace di interpretare un gran numero di tipologie di dati senza complicati interventi tecnici.

La nuova soluzione migliora ulteriormente il supporto alle aziende garantendo un elevato livello di integrazione tra cliente e Artoni, abbattendo i tempi di gestione delle spedizioni e riducendo il rischio correlato ad una gestione manuale delle informazioni.

UNINDUSTRIA REGGIO EMILIA

www.unindustriareggioemilia.it - info@unindustriareggioemilia.it



News

I dati di Artoni viaggiano veloci con Extol

22-04-2014

Artoni, grazie alla piattaforma Extol sviluppata in collaborazione con Primeur, è in grado di proporre ai propri clienti una soluzione di scambio dati E.D.I. basata su standard internazionali, semplice e veloce da realizzare, completamente gratuita. Una soluzione snella ed efficiente per l'integrazione delle richieste di ritiro, dei dati delle spedizioni e delle disposizioni per la merce in giacenza. Grazie alla straordinaria flessibilità e semplicità della piattaforma Extol, Artoni è in grado di fornire ai propri clienti in pochi giorni una soluzione "chiavi in mano", capace di interpretare un gran numero di tipologie di dati senza complicati interventi tecnici. La nuova soluzione migliora ulteriormente il supporto alle aziende garantendo un elevato livello di integrazione tra cliente e Artoni, abbattendo i tempi di gestione delle spedizioni e riducendo il rischio correlato ad una gestione manuale delle informazioni.

Copyright Editrice TeMi Srl - P.IVA 11489470150

All rights reserved - Direttore responsabile: Ernesto Salvioli

Testata giornalistica registrata presso il Tribunale di Milano, Autorizzazione 943 del 22/12/1989

powered by Sintè

[LEGGI ALTRI ARTICOLI DI](#)

Articolo inserito il: 09/04/2014

ANNA MARIA ARTONI SI RACCONTA NEL VOLUME "FIGLI DI PAPÀ A CHI?" DEDICATO AI 50 ANNI DEI GIOVANI DI CONFINDUSTRIA

E' stato presentato a Milano nella sede del Sole 24 ORE il libro di Alberto Orioli **"Figli di papà a chi? Storia del movimento che ha cambiato la Confindustria"**.

Il volume ripercorre l'itinerario storico del Gruppo dei Giovani imprenditori di Confindustria con una ricca documentazione dalla fondazione ai giorni nostri, attraverso i protagonisti e le storie. Alla presentazione hanno partecipato, oltre all'autore, il Presidente di Confindustria Giorgio Squinzi, il Presidente Giovani Imprenditori Confindustria Jacopo Morelli, i past-president nazionali dei Giovani Imprenditori Aldo Fumagalli e Anna Maria Artoni, il presidente Confindustria Monza e Brianza Andrea Dell'Orto e il direttore del Sole 24 ORE Roberto Napoletano.

Nel corso della presentazione Anna Maria Artoni ha ricordato come, nel triennio di Presidenza, **molte energie siano state focalizzate nel formulare delle risposte concrete ai problemi strategici** che vincolano la crescita delle imprese e del Paese. L'obiettivo è stato di guardare al futuro per anticipare fenomeni complessi e offrire una chiave di lettura per governarli. Il minimo comun denominatore di tutte le iniziative è sempre stato non rassegnarsi al declino, ma essere pronti ad investire sul futuro, sulle imprese e sul Paese, per sviluppare una nuova idea d'Italia e d'Europa.

"Una realtà in movimento". Così Orioli (vice direttore del Sole 24 Ore) definisce il Gruppo Giovani. Di Anna Maria Artoni, presidente nazionale dei Giovani Imprenditori dal 2002 al 2005, il volume traccia un profilo tutto orientato alla partecipazione dei territori". Anna Maria Artoni ha concluso sottolineando come **i Giovani Imprenditori debbano essere sempre più protagonisti nelle loro aziende e nella società**, sviluppando nuove idee e proposte per la crescita e l'innovazione del sistema delle imprese, dell'Italia e dell'Europa, mantenendo fermi quei valori che hanno ispirato la storia del Movimento.

Il capitolo 10 del volume "Figli di papà a chi? Storia del movimento che ha cambiato la Confindustria", in tutto una quarantina di pagine, è tutto dedicato a Anna Maria Artoni e alle linee strategiche della sua Presidenza.



09/04/2014

[Stampa](#)

Artoni, sarà "dolce" la Pasqua degli italiani

Reggio Emilia, 09 Aprile 2014 - Sarà una Pasqua "dolce" quella degli italiani, è quanto emerge dall'analisi merceologica di migliaia di pacchi che ogni giorno Artoni trasporta in Italia. L'analisi svolta all'interno del network Artoni conferma la predilezione degli italiani per i dolci tipici pasquali, uova di cioccolato in testa. Nel 2013 Artoni ha trasportato ben 47.000 spedizioni di dolci e cioccolato in tutta Italia e per il 2014 è previsto un incremento superiore al 2%.

I consumi di cioccolato sono raddoppiati dal 2000 a oggi; in media ogni italiano ne mangia 4,3 kg. Insomma, per i prodotti di cioccolato non c'è crisi e le vendite mondiali raggiungeranno nel 2014 il record di 7,3 milioni di tonnellate, un aumento del 2,1% contro il +2% nel 2013.

La capillarità del network Artoni garantisce una distribuzione celere verso i migliaia di negozi al dettaglio della penisola, luogo privilegiato per l'acquisto di dolci e cioccolata, anche nel periodo pasquale.

Fonte: [ARTONI TRASPORTI](#)



UNINDUSTRIA REGGIO EMILIA

09 APR 2014

Artoni addolcisce la Pasqua



Sarà una Pasqua “dolce” quella degli italiani, è quanto emerge dall’analisi merceologica di migliaia di pacchi che ogni giorno Artoni trasporta in Italia. L’analisi svolta all’interno del network Artoni conferma la predilezione degli italiani per i dolci tipici pasquali, uova di cioccolato in testa. Nel 2013 Artoni ha trasportato ben 47.000 spedizioni di dolci e cioccolato in tutta Italia e per il 2014 è previsto un incremento superiore al 2%.

I consumi di cioccolato sono raddoppiati dal 2000 a oggi; in media ogni italiano ne mangia 4,3 kg. Insomma, per i prodotti di cioccolato non c’è crisi e le vendite mondiali raggiungeranno nel 2014 il record di 7,3 milioni di tonnellate, un aumento del 2,1% contro il +2% nel 2013.

La capillarità del network Artoni garantisce una distribuzione celere verso i migliaia di negozi al dettaglio della penisola, luogo privilegiato per l’acquisto di dolci e cioccolata, anche nel periodo pasquale.

UNINDUSTRIA REGGIO EMILIA

www.unindustriareggioemilia.it - info@unindustriareggioemilia.it

L'online di
TRIBUNA ECONOMICA



GIORNALE DI ECONOMIA FINANZA

Area Agenzia Stampa

...dal 1986

HOME

AREA AGENZIA STAMPA

AREA AMBASCIATE

AREA MINISTERI ESTE

Cerca **area**

MINISTERI DEGLI AFFARI ESTERI

Aziende diverse

Artoni: prevista crescita del 2% di spedizioni di dolci pasquali

Pubblicato: 10 Aprile 2014



Sarà una Pasqua "dolce" quella degli italiani, è quanto emerge dall'analisi merceologica di migliaia di pacchi che ogni giorno Artoni trasporta in Italia. L'analisi svolta all'interno del network Artoni conferma la predilezione degli italiani per i dolci tipici pasquali, uova di cioccolato in testa. Nel 2013 Artoni ha trasportato ben 47.000 spedizioni di dolci e cioccolato in tutta Italia e per il 2014 è previsto un incremento superiore al 2%. I consumi di cioccolato sono raddoppiati dal 2000; in media ogni italiano ne mangia 4,3 kg. Insomma, per i prodotti di cioccolato non c'è crisi e le vendite mondiali raggiungeranno nel 2014 il record di 7,3 milioni di tonnellate, un aumento del 2,1% contro il +2% nel 2013. La capillarità del network Artoni garantisce una distribuzione celere verso i migliaia di negozi al dettaglio della penisola, luogo privilegiato per l'acquisto di dolci e cioccolata, anche nel periodo pasquale.



Il mensile di approfondimento di Distribu



15 Aprile 2014
Sostenibilità

Artoni sostiene le attività benefiche di Oxfam Italia

Una ventina di icone del design italiano (Alessi, Poliform, Kartell, Fontana Arte, Zanotta e molti altri) insieme ad Artoni Trasporti (partner tecnologico) hanno reso possibile "Feed it! Think. Create. Change", una vendita di oggetti d'arredo (tavoli, lampade, sedute, tappeti) realizzata in contemporanea con il Salone del Mobile di Milano per raccogliere fondi da destinare alle attività di Oxfam Italia.

"Seguiamo e sosteniamo direttamente, ormai da diversi anni, Oxfam Italia - commenta Anna Maria Artoni, vice presidente di Artoni Trasporti - Per la prima edizione di "Feed it! Think. Create. Change" abbiamo collaborato offrendo il servizio logistico necessario per la custodia ed il trasporto degli oggetti di Alto Design in tutta Italia".

"Feed it! Think. Create. Change" è nata in collaborazione con l'Associazione Montenapoleone, Elle Decor Italia e Radio Montecarlo, per sostenere le attività di Oxfam Italia che si propone di rafforzare la propria presenza nei 26 paesi in cui opera, partendo

dalle donne, per arrivare a interi villaggi e comunità, con attività di microcredito, creazione di impresa, creando oppure migliorando servizi essenziali quali istruzione e salute.



15/04/2014

[Stampa](#)

Artoni "movimenta" la prima edizione di "Feed it. Think. Create. Change" per Oxfam Italia

Una ventina di icone del design italiano (Alessi, Poliform, Kartell, Fontana Arte, Zanotta e molti altri) insieme ad Artoni Trasporti (partner tecnologicistico) hanno reso possibile "Feed it! Think. Create. Change", una vendita di oggetti d'arredo (tavoli, lampade, sedute, tappeti) realizzata in contemporanea con il Salone del Mobile di Milano per raccogliere fondi da destinare alle attività di Oxfam Italia.

"Seguiamo e sosteniamo direttamente, ormai da diversi anni, Oxfam Italia – commenta Anna Maria Artoni, vice presidente di Artoni Trasporti – Per la prima edizione di "Feed it! Think. Create. Change" abbiamo collaborato offrendo il servizio logistico necessario per la custodia ed il trasporto degli oggetti di Alto Desig in tutta Italia".

"Feed it! Think. Create. Change" è nata in collaborazione con l'Associazione Montenapoleone, Elle Decor Italia e Radio Montecarlo, per sostenere le attività di Oxfam Italia che si propone di rafforzare la propria presenza nei 26 paesi in cui opera, partendo dalle donne, per arrivare a interi villaggi e comunità, con attività di microcredito, creazione di impresa, creando oppure migliorando servizi essenziali quali istruzione e salute.

L'iniziativa, che è stata coronata da una attiva partecipazione nelle cinque giornate di esposizione, era inserita nel quadro della MonteNapoleone Design Experience by Maserati. Il pubblico si è aggiudicato i pezzi in esposizione tramite un'asta silenziosa che ha garantito un buon risultato per Oxfam Italia. "Siamo molto felici di essere partner della quarta edizione della MonteNapoleone Design Experience" – ha commentato Maurizia Iachino, Presidente di Oxfam Italia - grazie a questa collaborazione, abbiamo coinvolto importanti aziende nell'allestimento della mostra. Aziende che hanno sostenuto convinte i nostri obiettivi e riconosciuto il nostro modo di lavorare, basato anche sulla cura dei dettagli e sulle differenze che possono fare. Ci auguriamo fin d'ora che questa straordinaria Experience possa continuare anche l'anno prossimo con Expo2015".

Fonte: [ARTONI TRASPORTI](#)

GUASTALLA

Artoni benefica per Oxfam Italia

L'azienda di trasporti partecipa alla raccolta fondi nazionale



La pubblicità dell'evento benefico

► GUASTALLA

Kartell, Fontana Arte, Zanotta e molti altri insieme ad Artoni Trasporti (partner tecnologico) di Guastalla hanno reso possibile "Feed it! Think. Create. Change", una vendita di oggetti d'arredo realizzata in contemporanea con il Salone del Mobile di Milano per raccogliere fondi da destinare alle attività di Oxfam Italia. «Seguiamo e sosteniamo direttamente, ormai da diversi anni, Oxfam Italia - commenta Anna Maria Artoni, vice presidente di Artoni Trasporti -. Per la prima edizione di "Feed it! Think. Create. Change" abbinazionaleamo collaborato offrendo il servizio logistico

necessario per la custodia ed il trasporto degli oggetti di Alto Design in tutta Italia».

"Feed it! Think. Create. Change" è nata in collaborazione con l'Associazione Montenapoleone, Elle Decor Italia e Radio Montecarlo, per sostenere le attività di Oxfam Italia che si propone di rafforzare la propria presenza nei 26 paesi in cui opera, partendo dalle donne, per arrivare a interi villaggi e comunità, con attività di microcredito, creazione di impresa, creando oppure migliorando servizi essenziali quali istruzione e salute. Il pubblico si è aggiudicato i pezzi in esposizione tramite un'asta silenziosa che ha garantito un buon risultato.

