

# FARA telling



#1 | ANNO 5 - 2024

L'INTERNAL MAGAZINE DEDICATO AL MONDO DI FARAVELLI | THE INTERNAL MAGAZINE DEDICATED TO FARAVELLI COMMUNITY

## IN QUESTO NUMERO | SUMMARY

EDITORIALE	p. 1
NOTIZIE DALLA SEDE HEADQUARTER NEWS	p. 2
FIERE ED EVENTI TRADESHOWS AND EXHIBITIONS	p. 4
NOTIZIE DAL MONDO WORLD NEWS	p. 8
WELCOME ON BOARD!	p. 11
BLOG	p. 14
IL PROTAGONISTA DEL MESE THE PROTAGONIST OF THE MONTH	p. 15
RASSEGNA STAMPA PRESS REVIEW	p. 18

Cari Colleghi,  
è un piacere presentarvi il primo numero di FARAtelling del 2024! Quest'anno è iniziato con grande energia e promette di essere ricco di avvenimenti e opportunità significative per la nostra azienda.

In questa edizione, troverete tantissimi contenuti per condividere con ciascuno le tante iniziative di questi primi tre mesi dell'anno! Iniziamo con un estratto del discorso tenuto dal nostro AD, **Luca Benati**, al recente Xmas Party, dove ha condiviso preziose riflessioni sul futuro dell'azienda... **con una sorpresa** che speriamo verrà accolta con entusiasmo e senso di partecipazione! Di cosa si tratta? Scopritelo a **pagina 2**.

Inoltre, troverete un dettagliato reportage sulle fiere **Nutraceuticals Europe, Cosmopack e Making Pharma**.

Non mancheranno **i contributi provenienti dalle nostre divisioni commerciali "around the world"** con tante novità. **Laura Cerioli**, del dipartimento HR, ci aggiornerà sulle ultime novità riguardanti le risorse umane, offrendoci uno sguardo privilegiato sulle strategie

aziendali in materia di gestione del personale. Non mancheremo di raccontarvi i dettagli dell'evento **"Let's go sales"** del 6 marzo e di presentarvi i nuovi colleghi che si sono uniti alla nostra squadra: il **#welcomeonboard** è sempre un momento importante per la nostra azienda.

**Sono ancora tante altre le "sorprese"** (d'altra parte è appena passata Pasqua...): FARAtelling con i moltissimi spunti e contenuti è qui, tutto da scoprire!

Grazie per il vostro continuo supporto.  
Buona lettura!

*Dear colleagues,*

*It is a pleasure to present you with the first edition of FARAtelling for 2024! This year has started with great energy and promises to be full of significant events and opportunities for our company.*

*In this issue you will find a wealth of content to share with each of you the many initiatives of these first three months of the year!*

*We begin with an excerpt from the speech given by our CEO, **Luca Benati**, at the recent*

continua...

continua...

Christmas party, where he shared valuable reflections on the future of the company... with a **surprise** that we hope will be greeted with enthusiasm and a sense of participation! What is it? Find out on page 2.

You will also find detailed coverage of the **Nutraceuticals Europe, Cosmopack and Making Pharma** exhibitions.

There will also be **contributions from our business units "around the world"** with lots of news.

Laura Cerioli from the Human Resources department will update us on the latest developments in the area of human resources, giving us a privileged insight into the company's human resources management strategies.

We will not fail to give you the details of the **"Let's go sales" event** on 6 March and to introduce you to the new colleagues who have joined our team: the #welcomeonboard of new colleagues is always an important moment for our company.

**There are still many "surprises" to come** (after all, Easter has just passed...): FARAtelling with its many insights and contents is here, waiting to be discovered!

Thank you for your continued support. Enjoy!

Silvia Di Tommaso

## Discorso di Luca Benati

### Speech by Luca Benati



Quando ho il piacere di parlare con i giovani, all'interno o all'esterno dell'azienda, spesso riconosco un potenziale che va oltre quello delle generazioni precedenti, compresa la mia, e vi spiego perché.

**Le nuove generazioni** hanno infatti un modo particolare di guardare alla vita e alla carriera che merita attenzione.

I giovani preferiscono i datori di lavoro che offrono opportunità di formazione. La cristallizzazione delle competenze è un rischio per l'individuo, perché non ne sviluppa di nuove, non progredisce e non cresce, ma è anche un rischio per le aziende. Un'organizzazione che non investe in formazione e competenze non crescerà e non sarà in grado di affrontare le sfide di un mercato in continua evoluzione.

I giovani sono preoccupati per l'equilibrio tra lavoro e vita privata. Il tempo è più importante del denaro, l'identità è più importante della professione, la realizzazione è più importante dei doveri. Le aziende, dal canto loro, sono sempre più consapevoli che le persone esauste non rendono e che la mancanza di equilibrio crea disagio e il disagio rovina l'armonia dei team.

I giovani cercano un ambiente positivo dove potersi esprimere e portare le proprie idee e i propri contributi. Le persone esprimono tutto il loro potenziale in un ambiente in cui possono trovare ed essere loro stesse. Dal punto di vista organizzativo, stimolare il pieno potenziale delle persone è essenziale per raggiungere l'efficienza.

A livello sociale, ci troviamo di fronte a una situazione molto particolare e unica, in cui sono le nuove generazioni a ispirare

le buone pratiche di gestione, anziché il contrario come in passato.

Detto questo, vorrei rivolgere alcune parole ai membri delle **generazioni precedenti**. **I giovani talenti hanno bisogno di mentori forti**, e quello che vedo **nel nostro Gruppo è una sinergia positiva tra persone di età diverse**. Una sinergia in cui sia il talento che il mentore insegnano e imparano l'uno dall'altro.

Mi è stato detto che molti colleghi vorrebbero essere informati sui **risultati dell'azienda**.

I risultati del 2023 sono stati meno brillanti di quelli del 2022, soprattutto in alcune aree, per ragioni che dipendono da diversi fattori che hanno interessato anche i nostri concorrenti. Il fatturato del Gruppo è diminuito di circa il 10%, passando da 197 a 180 milioni di euro.

Tuttavia, il 2022 era stato eccezionale e questo aggiustamento era previsto, richiede buon senso ma non desta grandi preoccupazioni.

**Il 2023 è stato un anno di cambiamenti.**

Cambiamento significa miglioramento e le aziende sono "lavori in corso". Il cambiamento viene talvolta percepito come incertezza, l'introduzione della tecnologia può suscitare preoccupazioni, ma ciò che abbiamo imparato dall'approccio Lean è l'importanza di coinvolgere le persone e i team nel processo per farli guidare e partecipare al cambiamento.

Ciò che stiamo mettendo in atto a livello di Gruppo richiede **la collaborazione, la fiducia e l'apertura di tutti**. **Abbiamo bisogno di idee e le apprezziamo.**

Uno dei principali sforzi che stiamo compiendo è quello di **migliorare il coordinamento** all'interno del Gruppo. Questo processo ha coinvolto molte persone nell'organizzazione, è stato duro e ha portato a decisioni difficili, ma mostrerà i suoi risultati già l'anno prossimo. Certo, ogni persona, reparto o società consociata ha le sue peculiarità, ma trovare un coordinamento attraverso principi e filosofia condivisi è **un fattore critico di successo**.

Le aziende, come gli individui, hanno una "sfera interiore" e devono innanzitutto trovare dentro di sé la solidità e la forza per affrontare l'ambiente in cui operano. "La crescita interiore è la chiave del successo e il principio guida dei cambiamenti in

corso che ci porteranno nel futuro.

**Il 2024 è solo il prossimo round di un gioco senza fine**, ma siamo ben allenati e in forma, la nostra posizione finanziaria è forte e sosterremo i nostri programmi e la nostra strategia.

**Il futuro non è mai troppo buio per le menti brillanti, e la nostra azienda è piena di luce.**

*When I have the pleasure of talking to young people, inside or outside the company, I often recognise a capacity that goes beyond the potential of previous generations, including mine, and I explain to you why.*

*The **new generations** do indeed have a particular way of looking at life and career that deserves attention.*

***Young people** prefer employers who offer training opportunities. The crystallisation of skills is a risk for individuals because they don't progress and grow, but it's also a risk for companies. An organisation that does not invest in training and skills will not grow and will not be able to meet the challenges of an ever-changing market.*

*Young people are concerned about work-life balance. Time over money, identity over profession, fulfilment over duties.*

***Companies**, for their part, are increasingly aware that exhausted people do not perform and that a lack of balance creates discomfort and discomfort spoils the harmony of teams.*

*Young people are looking for a positive environment where they can express themselves and bring their ideas and contributions. People express their full potential in an environment where they can find and be themselves. From an organisational point of view, stimulating the full potential of people is essential to achieving efficiency.*

*At a societal level, **we are facing a very peculiar and unique situation** in which the new generations have inspired good management practices, rather than the other way around as in the past.*

*Having said that, **I would like to say a few words to the members of the previous generations. Young talent needs strong mentors**, and what I see in our Group is a positive synergy between people of different ages. A synergy where both the talent and the mentor teach and learn from each other.*

***I have been told that many colleagues would like to be informed about the company's results.** The results of 2023 were less brilliant than those of 2022, especially in some regions, for reasons that depend on several factors that have also affected our competitors. The Group's turnover has fallen by around 10%, from 197 to 180 million euros.*

*2022 was exceptional and this adjustment was expected, requires common sense but does not give rise to major concerns.*

***2023 was a year of change.** Change means improvement and companies are "works in progress". Change is sometimes perceived as uncertainty, the introduction of technology can raise concerns, but what we have learnt from the Lean approach is the importance of involving people and teams in the process to let them lead and be part of the change. What we are putting in place at Group level to achieve better coordination and the adoption of IT tools requires the **cooperation, trust and openness of everyone. We need and value ideas.***

*One of the main efforts we are making is to **improve coordination** within the Group. This process has involved many people in the organisation, it's been tough and has led to some difficult decisions, but it will show its results already next year. Certainly, each person, department or sister company has its own peculiarities, but finding coordination through shared principles and philosophy is a critical success factor.*

*Companies, like individuals, have an "inner sphere" and must first find within themselves the solidity and strength to face the environment in which they operate. Inner growth is the key to success and the guiding principle behind the current changes that will take us into the future.*

***2024 is just the next bloody round in an endless game**, but we're well trained and fit, our financial position is strong, and we will support our programmes and strategy.*

***The future is never too dark for bright minds, and our company is full of brightness.***

Luca Benati

AAA

## intervistatori cercasi!

Sei pronto a metterti alla prova come intervistatore?

**Abbiamo un'opportunità unica per te: intervistare Luca Benati, il nostro AD!**

Stiamo cercando candidati con **sede in Italia, per ovvi motivi logistici**, che abbiano voglia di mettersi in gioco e di condurre un'intervista con **Luca. Un mini-talk show "a tre"**: un faravelliano di nuova generazione, un veterano e ovviamente il nostro AD.

**Se hai sempre sognato di chiedere all'amministratore delegato quale sia il suo piatto preferito, cosa ha studiato, quali siano i suoi hobby, e cosa pensa del futuro dell'azienda, questa è la tua occasione!**

Luca sarà lieto di rispondere alle nostre domande nell'ambito di un'intervista video talk show.

Per candidarsi, basta scrivere a [newsletter@faravelli.it](mailto:newsletter@faravelli.it) e partecipare a questa nuova avventura!

## Call for Interviewers: A Brilliant Opportunity!

The Italian colleagues are called to take part to a new initiative: they can take the opportunity to interview our AD.

For logistics reasons, this opportunity is open to Italian colleagues only.

**HOWEVER, you can participate by sending your questions for Luca: they will be asked during the interview.**

If you've always dreamed of asking the CEO what his favorite dish is, what he studied, what his hobbies are, and what he thinks about the company's future, this is your chance!



## Faravelli in tour!

Il mese di marzo ci ha visti protagonisti di **tre eventi fieristici** di diversa entità e per tre diversi settori.

The month of March saw us taking center stage at **three different trade events** across various sectors.

### NUTRA DIVISION AND DELTAPHARMA - SPAIN



**Nutraceuticals Europe** è stato il primo appuntamento dell'anno. Il **6 e 7 marzo a Barcellona** i nostri colleghi di **Faravelli Spagna** e **Deltapharma** hanno partecipato a questa fiera dedicata espressamente all'industria nutraceutica spagnola.

Il salone è in crescita e i colleghi hanno potuto constatare un'affluenza interessante e variegata, con numerose visite anche al nostro stand.

Nel nostro spazio oltre alla ricca proposta di materie prime, principi attivi e ingredienti che distribuiamo in Spagna, i colleghi hanno presentato con un certo successo la linea di **gommose funzionali** a marchio **FARA** sviluppate in via dei boschi a Nerviano.

Durante la fiera abbiamo ricevuto la visita dei giornalisti di **Tech Press TV**, testata giornalistica spagnola con cui collaboriamo da tempo.

**Nutraceuticals Europe** marked our first event of the year. On **March 6th and 7th in Barcelona**, our colleagues from **Faravelli Spain and Deltapharma** attended this trade fair dedicated specifically to the Spanish nutraceutical industry.

The exhibition witnessed **significant growth**, with our colleagues experiencing a notable and enthusiastic turnout at our stand. Alongside showcasing our extensive range of raw materials and active ingredients distributed in Spain, our team also successfully presented the line of **FARA functional gummies** developed by Via dei Boschi in Nerviano.

During the fair, we had the pleasure of hosting journalists from **Tech Press TV**, a Spanish media outlet with whom we have a longstanding collaboration.



**Guarda l'intervista video a Fernando / Fernando's video interview**

Grazie a Fernando e a tutto il team di DeltaPharma.

A big thank you to Fernando and the entire DeltaPharma team.





PHARMA DIVISION - ITALY



Il 26 e 27 marzo a Milano (Assago) è toccato invece alla **Divisione Pharma** mettersi in mostra a **Making Pharmaceuticals**.

Anche in questo caso, la nostra proposta di APIs e eccipienti ha suscitato vivo interesse da parte dei visitatori. La fiera ha offerto un'opportunità interessante per interagire direttamente con i professionisti del settore, con un focus particolare a livello locale.

Inoltre, il 27 marzo **Fabio Stratta** è stato tra i relatori all'appuntamento di **AssICC Commercio Chimico** "La distribuzione e l'importazione di principi attivi ed eccipienti: ruoli e responsabilità".

*On March 26th and 27th in Milan (Assago), it was the **Pharma Division's** turn to shine at **Making Pharmaceuticals**.*

*Once again, our range of APIs and excipients garnered keen interest from visitors. The fair provided an interesting opportunity to interact directly with industry professionals, with a particular focus at the local level.*

*Moreover, on March 27th, **Fabio Stratta** was among the speakers at the **AssICC Commercio Chimico** event "The distribution and import of active ingredients and excipients: roles and responsibilities."*



COSMETIC DIVISION - ITALY

Dal **21 al 23 marzo** siamo stati tra i protagonisti di **Cosmopack a Bologna**, Hall 20, dove dall'anno scorso è stata istituita una Ingredients Zone, in crescita quest'anno rispetto al 2023, a riprova che gli ingredienti e le materie prime sono alla base di tutto.

A Bologna la **Divisione Cosmetica** ha presentato "**(Im)possible Garden**", una proposta innovativa che unisce la ricerca tecnologica del Laboratorio Applicativo di Faravelli alle creazioni dell'esperto di fragranze Cristian Cavagna, che lavora con noi da qualche tempo: **cinque formule cosmetiche** uniche create dal nostro team guidato da **Giovanni Magrini** hanno ispirato la creazione di altrettante fragranze per la linea **FARA-emotions**, offrendo ai clienti un mix audace di innovazione e creatività.

**La collezione è stata accolta molto bene dal pubblico:** l'impressione è calda.

L'impressione a caldo dei nostri colleghi del team cosmetico è senz'altro positiva: "È stata un'esperienza davvero stimolante avere l'opportunità di presentare ulteriormente

le potenzialità del pacchetto cosmetico di Faravelli al Cosmoprof per il secondo anno consecutivo. In generale, l'intervento del nostro fragrance evaluator, ha ricevuto un grande apprezzamento da parte dei nostri clienti e potenziali, sia italiani che internazionali. Le impressioni che abbiamo ricevuto sono estremamente positive e ci lasciano fiduciosi riguardo alla crescita dei prodotti a marchio Fara nel prossimo futuro."

*✳️From **March 21st to 23rd**, we were featured prominently at **Cosmopack in Bologna**, Hall 20, where an Ingredients Zone was established last year, showing growth this year compared to 2023, proving that ingredients and raw materials are at the basis of everything.*

*In Bologna, our **Cosmetic Division** presented "**(Im)possible Garden**", an innovative proposal that combines the technological research of the **Faravelli Applicative Laboratory** with the creations of the fragrance expert **Cristian Cavagna**: five unique cosmetic for-*

*mulas created by our team led by Giovanni Magrini inspired the creation of as many fragrances for the **FARAemotions** line, offering customers a bold mix of innovation and creativity.*

*The collection was well received by the audience, with palpable enthusiasm within our stand with such a distinctive design.*

*According to the team "It was a truly inspiring experience to have the opportunity to further present the potential of Faravelli's cosmetic offer at Cosmoprof World for the second year in a row. Overall, the presentation by our fragrance evaluator, was highly appreciated by our customers and potential customers, both Italian and international. The impressions we received are extremely positive and leave us confident about the growth of Fara brand products in the near future."*



LETS GO SALES SETTEMBRE



**Vi aspettiamo mercoledì 6 marzo,  
Villa Clerici - via Giovanni Terruggia, 8/14 - Milano**

**I  
N  
V  
I  
T  
O**

- **8:30 - 9:00**  
Welcome coffee  
Accoglienza e colazione insieme
- **9:00 - 11:00**  
FARABest: come sta crescendo il Gruppo  
A cura di Guido Rovati
- **11:00 - 13:00**  
Ruolo ed evoluzione dell'organizzazione logistica  
considerato il contesto geopolitico attuale  
A cura dell'Ufficio Logistica
- **13:00 - 14:00**  
Fine primo tempo  
Passo pranzo
- **14:00 - 15:00**  
Questionario di clima: i risultati  
A cura di Laura Cerioli
- **15:00 - 16:30**  
Come evolvere e migliorare la BI  
A cura di Marcello Granconato e Claudia Centin
- **16:30 - 18:00**  
Storie di Successo: i nostri "Clienti Speciali"  
A cura del team vendite

Gli orari possono essere oggetto di leggera variazione




È con **#grandesoddisfazione** che vi raccontiamo cosa è successo durante il "Let's Go Sales" tenutosi lo scorso **6 marzo a Villa Clerici, Milano**.

L'agenda dell'evento è stata ricca di interventi, pensati per ispirare e fornire spunti concreti per il futuro del nostro Gruppo.

**Ecco un breve riepilogo degli interventi:**

- **Guido Rovati** ha guidato una discussione approfondita sulle prospettive di crescita del nostro Gruppo, mettendo in luce i successi e le sfide che ci aspettano.
- **L'Ufficio Logistica** ha affrontato il tema delicato dell'evoluzione logistica nel contesto geopolitico attuale, offrendo spunti preziosi per affrontare le sfide future.
- **Laura Cerioli** ha presentato i risultati del questionario di clima, offrendo uno sguardo approfondito sullo stato d'animo e le prospettive dei "faravelliani".
- **Marcello Granconato e Claudia Centin** hanno illustrato le strategie per evolvere e migliorare la Business Intelligence all'interno della nostra azienda, sottolineando l'importanza di dati e analisi efficaci.
- **Il team vendite** ha concluso la giornata con una serie di **storie di successo**, dimostrando il valore del nostro lavoro e l'importanza dei rapporti con i nostri clienti speciali.

**Ringraziamo tutti i partecipanti per il loro contributo e il loro impegno.** Grazie a tutti voi per aver reso, ancora una volta, "Let's Go Sales" un evento così speciale!

*It is with **great satisfaction** that we tell you what happened during the 'Let's Go Sales' held on **6 March at Villa Clerici, Milan**.*

*The agenda was full of speeches, designed to inspire and provide concrete ideas*

*for the future of our Group.*

• **Guido Rovati** led an in-depth discussion on the growth prospects of our Group, highlighting the successes and challenges ahead.

• **The Logistics Department** addressed the sensitive topic of logistics evolution in the current geopolitical context, offering valuable insights into future challenges.

• **Laura Cerioli** presented the results of the climate questionnaire, offering an in-depth look at the mood and outlook of "FARapeople".

• **Marcello Granconato and Claudia Centin** presented strategies to evolve and improve Business Intelligence within our company, emphasising the importance of effective data and analysis.

• **The sales team** concluded the day with a series of **success stories**, demonstrating

*the value of our work and the importance of relationships with our special customers.*

**We would like to thank all participants** for their contribution and commitment to the event. **Thank you** all for once again making "Let's Go Sales" so special!




## NUTRA DIVISION - ITALY

La **Divisione Nutra** segnala l'arrivo di **Marco Jolita**, giovanissima nuova risorsa. Marco è con noi da metà febbraio come Technical and Sales Account. Per scoprire qualcosa in più su Marco, vi invitiamo a leggere il suo profilo nella sezione

dei (numerosi) Welcome on Board a **pagina 11**.

*🇬🇧The **Nutra Division** is pleased to announce the arrival of **Marco Jolita**, a very young new addition to our team. Marco*

*joined us in mid-February as a Technical and Sales Account. To learn more about Marco, we invite you to read his profile in the (numerous) Welcome on Board section on **page 11**.*

## PHARMA DIVISION - ITALY

La Divisione prosegue la promozione del **litio carbonato** di **BLANVER** con cui abbiamo una collaborazione per la distribuzione di questo prodotto a livello europeo. Il litio, carbonato è il più comune sale di litio impiegato come farmaco elettivo nel trattamento del disturbo bipolare. La Divisione è inoltre felice di annunciare l'avvio della **collaborazione con VUOS**, azienda della Repubblica Ceca, per la distribuzione dei loro intermedi di sintesi.

Lavoriamo con **VUOS** in Italia nel **pharma** e con i clienti del **settore industriale** che fanno sintesi.

*🇬🇧The Division continues to promote **BLANVER's lithium carbonate**, with whom we have a collaboration for the distribution of this product across Europe. Lithium carbonate is the most common lithium salt used as a drug of choice in the treatment of bipolar disorder.*

*Additionally, the Division is pleased to announce the commencement of **collaboration** with **VUOS**, a company from the Czech Republic, for the distribution of their synthesis intermediates. We have been working with **VUOS** in Italy within the **pharmaceutical** industry and with clients in the **industrial** sector involved in synthesis.*

## DIVISIONE ACQUISTI - ITALY

La **Divisione Acquisti** si arricchisce di due nuove risorse: **Iris e Lenka**, entrate in azienda a inizio marzo. **Iris** lavora negli uffici di Milano con il ruolo di Coordinatore degli Acquisti, punto di riferimento per le attività di Faravelli GmbH.

**Lenka** lavora a Brno ed è Coordinatore degli Acquisti per Faravelli sro.

Per dare il benvenuto alle nuove colleghe, il team della Divisione Acquisti di Milano ha organizzato un piacevole **"tea party"** di accoglienza.

Per scoprire qualcosa in più sulle nostre

due colleghe, trovate il loro profilo nella sezione dei Welcome on Board a **pagina 13**.



*🇬🇧The Procurement Division welcomes two new additions: **Iris and Lenka**, who*

*joined the company in early March. **Iris** works at our Milan office as the Purchasing Coordinator, serving as the main point of contact for Faravelli GmbH. **Lenka** is based in Brno and serves as the Purchasing Coordinator for Faravelli sro.*

*To welcome our new colleagues, the Purchasing Division team in Milan organized a **delightful tea party**.*

*To learn more about our two new colleagues, you can find their profiles in the Welcome on Board section on **page 13**.*

## FARAVELLI - GMBH

Il 26 marzo, il team di Amburgo ha avuto il piacere di ospitare una piccola delegazione di colleghi provenienti da Milano (vedi foto).

Inoltre, Faravelli GmbH dà il benvenuto a **Davina Sparmann**, la cui presentazione è disponibile nella sezione Welcome on Board a **pagina 13**.

*🇬🇧On March 26th, the team had the pleasure of hosting a small delegation of colleagues from Milan (PHOTO).*

*Moreover, the team recently welcomed **Davina Sparmann**, whose introduction can be found in the Welcome on Board section on **page 13**.*



FARAVELLI USA

Faravelli Inc ha recentemente lanciato due campagne di successo sui social media. Una è dedicata all'Ultimate Mushroom™ di MCB Group, l'altra promuove i prodotti a base di Chia di Benexia. Nel mese di aprile, prevediamo di

lanciare una nuova campagna dedicata ai Fruit Juice Powders by MCB Group.

Faravelli US has recently launched two successful social media campaigns. One is dedicated to the Ultimate Mushroom™

by MCB Group, while the other promotes Benexia's Chia products. In April, we plan to launch a new campaign dedicated to Fruit Juice Powders by MCB Group.



FARAVELLI S.R.O.

Faravelli s.r.o opera non solo in Repubblica Ceca, ma anche in Slovacchia e Ungheria.

Fino a poco tempo fa, avevamo un unico sito web in lingua ceca, che tuttavia non era sufficiente per soddisfare le esigenze dei mercati ungheresi e slovacchi. Di conseguenza, è stato deciso di lanciare due nuovi siti web dedicati a questi due paesi in lingua locale, [www.faravelli.sk](http://www.faravelli.sk) e [www.faravelli.hu](http://www.faravelli.hu). Il design grafico e la struttura, ma offrono informazioni e documenti specifici per i mercati locali.

Grazie al team di Faravelli s.r.o per il supporto fornito nella creazione dei contenuti e nella traduzione linguistica.

Faravelli Sro operates not only in the Czech Republic but also in Slovakia and Hungary. Until recently, we had a single

website in the Czech language, which, however, was not sufficient to meet the needs of the Hungarian and Slovak markets. Consequently, it was decided to launch two new websites dedicated to these two countries in their respective local languages, [www.faravelli.sk](http://www.faravelli.sk) and [www.faravelli.hu](http://www.faravelli.hu). They maintain the same graphic design and structure as the group's websites but provide information and documents specific to the local markets. We would like to thank the Faravelli s.r.o team for their support in content creation and linguistic translation.



DA HR – LAURA CERIOLI

## Strumenti di crescita per tutto il Gruppo

È solo il secondo anno che ve la proponiamo ma già vorremmo che diventasse una tradizione: anche **lo scorso gennaio il nostro dialogo è iniziato con la Survey di Clima Aziendale**, che ha l'obiettivo di raccogliere il riscontro di tutti i colleghi in tutte le sedi per **comprendere sempre meglio le vostre esigenze di supporto** e focalizzarci quindi sul **miglioramento del nostro ambiente di lavoro**.

Poiché la richiesta è quella di una migliore e più costante comunicazione interna, dopo la presentazione in tutte le sedi dei risultati raccolti nella Survey, eccoci per cercare di darvi in modo sempre più puntuale e completo **un aggiornamento sulle iniziative che stiamo sviluppando a livello HR** per andare incontro alle vostre esigenze.

### Il nuovo Codice Etico e il Modello di Competenze

A inizio febbraio è stato finalmente pubblicato il nostro nuovo **Codice Etico**, fortemente voluto dalla Proprietà per riflettere i nostri valori e gli standard etici che ci guidano ogni giorno, aiutandoci a mantenere **una cultura aziendale trasparente e responsabile**. Come sempre, infatti, desideriamo che parole come "etica" o "valori" non siano solo slogan, ma si traducano in **comportamenti concreti** che guidano le nostre scelte quotidiane. Nella stessa ottica di favorire una cultura interna di apertura e confronto onesto, verrà quindi proposta **una formazione interna sul "modello di competenze" e sul feedback**, per favorire il dialogo interno e la condivisione di informazioni. **A breve tutti i dettagli!**

### La pianificazione delle attività formative per il 2024

Per continuare nello sviluppo delle *skills* individuali e organizzative, **il piano formativo 2024** ha la duplice finalità di consolidare competenze chiave per l'azienda, come la negoziazione, la comunicazione con gli interlocutori interni/esterni e la gestione di progetti, e creare gruppi di apprendimento trasversali alle diverse funzioni. Questo ci permetterà di **condividere conoscenze, creare un linguaggio comune e fornire strumenti operativi**, consentendo una migliore collaborazione per un raggiungimento degli obiettivi più efficiente ed efficace. **Nei prossimi mesi** attiveremo via via percorsi in cui coinvol-

geremo spesso colleghi di diversi uffici e diverso percorso professionale: speriamo siano lo stimolo per la crescita personale, ma anche per portare spunti di confronto all'interno dei vostri team.

### Skillato, la nostra piattaforma e-Learning

Come sapete, uno dei progetti principali di quest'anno è il **lancio su tutte le società del Gruppo del nostro nuovo sistema ERP, Business Central**. Per supportare questo importante passo avanti, abbiamo lavorato con il **team Digital Transformation** per definire un approfondito percorso di formazione che coinvolgerà tutti i colleghi nelle diverse sedi e utilizzerà anche una **nuova piattaforma di e-learning**. Questa piattaforma ospiterà infatti **video introduttivi** che mostrano le funzionalità del nuovo sistema e ci permetterà anche di erogare **test di apprendimento e questionari di gradimento**. A partire da questo primo percorso, la piattaforma e-learning potrà poi diventare fondamentale per la nostra crescita e il nostro sviluppo: vorremmo infatti fosse il punto di raccolta di corsi e materiali di apprendimento su tutti quegli argomenti interni che costituiscono il patrimonio di conoscenza di Faravelli.

*Il team HR*

### Growth Tools for the Whole Group

*It's only the second year we've proposed it, but we already hope it becomes a tradition: even last January, our dialogue began with the **Corporate Climate Survey**, aimed at gathering feedback from all colleagues across all locations to better understand your needs and focus on improving our work environment.*

*Since a common request is for better and more consistent internal communication, after presenting the results collected in the Survey at all locations, here we are to provide you with **increasingly timely and comprehensive updates** on the initiatives we are developing at HR level to meet your needs.*

### The New Code of Ethics and Competency Model

*At the beginning of February, our **new Code of Ethics** was finally published, strongly desired by the Ownership to reflect our values and the ethical standards*

*that guide us every day, helping us maintain a **transparent and responsible corporate culture**. As always, we want words like "ethics" or "values" be translated into concrete behaviors that guide our daily choices. In the same vein of promoting an internal culture of openness and honest dialogue, in the coming months, internal training on the **"competency model"** and **feedback** will be proposed to facilitate internal dialogue and information sharing. **All details coming soon!***

### Planning of Training Activities for 2024

*To continue developing individual and organizational skills, the training plan for 2024 aims at consolidating key competencies for the company, such as **negotiation, communication** with internal/external stakeholders, and **project management**, and to create cross-functional learning groups across different functions. This will allow us to **share knowledge, create a common language, and provide operational tools**, enabling **better collaboration** for more efficient and effective goal achievement. In the coming months, we will activate "paths" involving colleagues from different offices and professional backgrounds hopefully, they will be a support for personal growth and also bring points of comparison within your teams.*

### Skillato, Our e-Learning Platform

*As you know, one of the main projects of this year is the **rollout of our new ERP system, Business Central**, across all Group companies. To support this important step forward, we have worked together with the **Digital Transformation team** to define a **comprehensive training program** that will involve all colleagues across different locations and will also use a new **e-learning platform**. The platform will host introductory videos demonstrating the functionalities of the new system and will also allow us to deliver learning tests and satisfaction surveys. Starting from this initial path, the e-learning platform can then become **fundamental for our growth and development**: we would like it to be the collection point for courses and learning materials on the internal topics that constitute Faravelli's knowledge base.*

*The HR Team*

Siamo entusiasti di dare il **benvenuto ad un nutrito numero di nuovi colleghi** e a tutta la loro **freschezza, creatività e determinazione!** "Welcome on Board", vi auguriamo un cammino ricco di traguardi e risultati straordinari!

*🇬🇧 We're excited to **welcome all the new colleagues** who joined us lately with their freshness, creativity, and determination!*

***Welcome aboard**, good luck to a journey filled with achievements and extraordinary results.*



## Giulia Bulai



**Nome e cognome ed eventuale nickname:** Giulia Bulai.

**Età e segno zodiacale:** 30, Sagittario.

**In quale reparto lavori?** R&D e Technical Sales.

**È la tua prima esperienza lavorativa? Se**

**no, cosa facevi prima?** No, ho lavorato per KraftHeinz nel reparto qualità e in Germania per ADM, inizialmente come sviluppatrice di prodotti per bakery, sport-nutrition e plant-based e dopo come team-lead del team Portfolio Food.

**Hai interessi o hobby?** Viaggiare, ascoltare musica dal vivo. Amo l'arte in generale (dipingere, creare cose in ceramica col tornio e cantare), apprezzo molto la buona cucina e lo sport. In ultimo sono un'orgogliosa "cat-mama".

**Descriviti con tre parole:** Versatile, tenace, sensibile.

**Il lavoro dei tuoi sogni (se non lavorassi in Faravelli):** probabilmente nomade digitale in Giappone e Sud-America.

*🇬🇧**Name and nickname:** Giulia Bulai.*

***Age and zodiac sign:** 30 years, Sagittarius.*

***Department you'll be working in?***

*R&D e Technical Sales.*

**Is this your first work experience? If not, what did you do before?**

*No, I worked for KraftHeinz in the quality department and in Germany for ADM, initially as a product developer for bakery, sport-nutrition, and plant-based products and later as team-lead of the Portfolio Food team.*

**Do you have any interests, hobbies?**

*Travelling, live music and arts (painting, singing, create ceramic objects on the potter's wheel), I love good food and sports. Last but not least I am a proud cat-mama.*

**Describe yourself in three words:** Versatile, tenacious, sensitive.

**Your dream job (if you didn't work at Faravelli):** probably digital nomad in Japan and South America.

## Marco Jolita



**Nome e cognome ed eventuale nickname:** Marco Jolita.

**Età e segno zodiacale:** 24 anni, Leone.

**In quale reparto lavori?** Nutra.

**È la tua prima esperienza lavorativa? Se**

**no, cosa facevi prima?** Faravelli è la mia prima esperienza lavorativa.

**Hai interessi o hobby?** Mi piace il calcio, lo sci e andare a correre.

**Descriviti con tre parole:** Sportivo, sociale e determinato.

**Il lavoro dei tuoi sogni (se non lavorassi in Faravelli):** conduttore televisivo in ambito sportivo.

*🇬🇧**Name and nickname:** Marco Jolita.*

***Age and zodiac sign:** 24 years, Leo.*

***Department you'll be working in?***

*Nutra division.*

**Is this your first work experience? If not, what did you do before?**

*Faravelli is my first work experience.*

**Do you have any interests, hobbies?**

*I like football, skiing and running.*

**Describe yourself in three words:** Sporty, sociale and determined.

**Your dream job (if you didn't work at Faravelli):** sports TV presenter.

## Davide Ferrari



**Nome ed eventuale soprannome:** Davide Ferrari.

**Età e segno zodiacale:** 43, Gemelli.

**In che reparto lavori?** Divisione Food.

**È la tua prima esperienza lavorativa? Se no, cosa facevi prima?** Ho ricoperto il ruolo di customer service specialist e logistic specialist, in diversi settori merceologici. È stato interessante, causa forza maggiore, conoscere altre realtà e i metodi produttivi di altri settori.

**Hai qualche interesse, hobby?** Il ciclismo occupa molto del mio tempo libero, lo pratico a livello amatoriale con gare e allenamenti da 27 anni: bici da strada e mtb

nei week end e allenamenti in settimana. Adoro la buona cucina e le escursioni in montagna. Mi appassiona la storia e l'ingegneria. Se avessi tempo farei anche un po' di nuoto.

**Descriviti in tre parole:** Curioso, appassionato, ottimista.

**Il lavoro dei tuoi sogni (se non lavorassi in Faravelli/Deltapharma):** In passato mi sarebbe piaciuto fare il meccanico per le bici. È legato al mio sport, però oggi non lo farei come lavoro, anche se mi rendo conto che occuparmi della manutenzione delle mie bici, ben quattro, di fatto quasi lo è. Invece quando ho iniziato a lavorare nel 2001 sono entrato nell'ufficio ordini e mi è piaciuto sin da subito il tipo. Sono cambiate molte cose da allora, ma mi appassionano le dinamiche tra il cliente e il venditore. Quello che faccio mi piace molto, farlo in un ambiente piacevole e collaborativo come Faravelli è meglio.

**Full name and nickname:** Davide Ferrari.

**Age and zodiac sign:** 43 years, Gemini.

**What department do you work in?** Food Division.

**Is this your first work experience? If not, what did you do before?** I have held the position of customer service specialist

and logistic specialist, in different realities and commodity sectors. It has been interesting, due to force majeure, to learn about other realities and production methods in other industries.

**Do you have any interests, hobbies?**

Cycling takes up a lot of my free time, I have been doing it at an amateur level but with racing and training for 27 years, road biking and mtb on weekends, and training during the week. I love good food and hiking in the mountains. I am passionate about history and engineering. If I had time I would also do some swimming.

**Describe yourself in three words:** Curious, passionate, optimistic.

**Your dream job (if you didn't work at Faravelli/Deltapharma):** In the past I liked bike mechanics. It is related to my sport, but, I would not do it as a job. However, taking care of the maintenance of my bikes, as many as four, is actually "almost a job." Instead, when I started working in 2001, I joined the ordering department and immediately liked it. A lot has changed since then, but I like the dynamics between customers and the salesperson. What I do I really enjoy, doing it in a pleasant and collaborative environment like in Faravelli is better.

## Simone Fontana



**Nome e cognome ed eventuale nickname:** Simone Fontana detto Jimmy (come Jimmy Fontana).

**Età e segno zodiacale:** 30 anni, Cancro.

**In quale reparto lavori?** Digital Transformation.

**È la tua prima esperienza lavorativa? Se no, cosa facevi prima?** Non mi sono fatto mancare nulla: dal consulente assicurativo, al guardia fuochi, all'ufficio tecnico di un'azienda di lavorazione lamiera. Però ho sempre avuto la passione per l'informatica e quando ho avuto occasione di poter lavorare in questo ambito mi ci sono buttato a

capofitto e ho capito di aver trovato la mia strada.

**Hai interessi o hobby?** Mi piace viaggiare ed esplorare posti nuovi, quando non ci riesco nel mondo reale mi piace anche farlo giocando a giochi di ruolo come Dungeons & Dragons, dove posso esplorare mondi fantastici con l'immaginazione.

**Descriviti con tre parole:** Gentile, empatico, determinato.

**Il lavoro dei tuoi sogni (se non lavorassi in Faravelli):** L'avventuriero.

**Name and nickname:** Simone Fontana, Jimmy (as Jimmy Fontana).

**Age and zodiac sign:** 30 years, Cancer.

**Department you'll be working in?** Digital Transformation.

**Is this your first work experience? If not, what did you do before?**

I didn't miss a thing: from insurance consultant to fire watchman to the engineering department of a sheet metal fabrication company. I've always had a passion for information technology though, and when I got a chance to be able to work in this area

I jumped right in and knew I had found my way.

**Do you have any interests, hobbies?**

I like to travel and explore new places, when I can't do it in the real world I also like to do it by playing role-playing games like Dungeons & Dragons, where I can explore fantastic worlds with imagination.

**Describe yourself in three words:** Kind, empathetic, determined.

**Your dream job (if you didn't work at Faravelli):** The adventurer.

## Davina Sparmann



**Nome e cognome ed eventuale nickname:** Davina Sparmann.

**Età e segno zodiacale:** 34 anni, Cancro.

**In quale reparto lavori?** Office Manager in Fara-Hamburg.

**È la tua prima esperienza lavorativa? Se no, cosa facevi prima?** No, questo è "solo" un mini lavoro. Da 6 anni lavoro come Sales & Marketing Manager per un fornitore di eCommerce e di logistica al dettaglio in

Germania. Ho iniziato la mia carriera nel settore della moda come store & district manager 15 anni fa.

**Hai interessi o hobby?** Sì, amo suonare diversi strumenti e mi piace frequentare qualsiasi tipo di evento musicale (Opera, concerti, ecc.) Mi piace ballare e oltre al mio lavoro principale sono una facilitatrice per l'Energia di Allineamento Somatico, reiki e coaching sistemico. Sono quindi molto interessata a sviluppare le competenze della personalità e il lavoro sull'identità di base.

**Descriviti con tre parole:** determinata, facilitatore di processi, empatica

**Il lavoro dei tuoi sogni (se non lavorassi in Faravelli):** Creare un mio brand.

**Name and nickname:** Davina Sparmann.

**Age and zodiac sign:** age 34, Cancer.

**Department you'll be working in?**

*Office Manager located at Fara-Hamburg. Is this your first work experience? If not, what did you do before?*

*No, this is "just" a minijob. Since 6 years, I am working as a Sales & Marketing Manager for a eCommerce & retail Logistic provider in Germany. I started my career in the fashion retail as store & district manager 15 years ago.*

**Do you have any interests, hobbies?**

*Yes, I love to play several instruments and like to visits any kind of music events (Opera, concerts a.s.o.) I love to dance and beside my main job I am a facilitator for Somatic Alignment Energy, reiki & systemic coaching. So I am highly interested in developing personality skills & core identity work.*

**Describe yourself in three words:** Space holder, process optimizer, empathy.

**Your dream job (if you didn't work at Faravelli):** Building my own brand & label.

## Iris Stephanie Möller



**Nome ed eventuale soprannome:** Iris Stephanie Möller.

**Età e segno zodiacale:** 56 anni, Sagittario.

**In che reparto lavori?** Purchasing.

**È la tua prima esperienza lavorativa? Se no, cosa facevi prima?** Ho un'esperienza

ventennale nel Purchasing e nella Supply Chain, in aziende farmaceutiche e biotech.

**Hai qualche interesse, hobby?** Mi piacciono il cinema e i libri e anche il relativo scambio di opinioni. Poi ogni tanto cambio sport e lo seguo per un po', recentemente ho scoperto il padel. Al primo posto però c'è il mio gattone.

**Descriviti in tre parole:** Resiliente e ottimista. Ma anche impaziente.

**Il lavoro dei tuoi sogni (se non lavorassi in Faravelli):** Medico di base in campagna (probabilmente ho visto troppi film!).

**Full name and nickname:** Iris Stephanie Möller.

**Age and zodiac sign:** 56 years, Sagittarius.

*What department do you work in? Purchasing.*

*Is this your first work experience? If not, what did you do before? I have 20 years' experience in Purchasing and Supply Chain, in pharmaceutical and biotech companies.*

*Do you have any interests, hobbies? I like films and books and also the exchange of opinions. Then every now and then I change sport and follow it for a while, recently I discovered padel. In first place, however, is my big cat.*

**Describe yourself in three words:** Resilient, optimistic, impatient.

**Your dream job (if you didn't work at Faravelli/Deltapharma):** General practitioner in the countryside (I've probably seen too many movies!).

## Lenka Neveselá



**Nome e cognome ed eventuale nickname:** Lenka Neveselá/Leni.

**Età e segno zodiacale:** 43 anni, Leone.

**In quale reparto lavori?** Purchasing per Faravelli s.r.o.

**È la tua prima esperienza lavorativa? Se no, cosa facevi prima?** Ho lavorato come addetta agli acquisti e alla logistica in un'a-

zienda di Brno che vende superfood e integratori alimentari.

**Hai interessi o hobby?** Amo i panorami, quindi faccio molte escursioni, e anche il nuoto è la mia passione. In generale, mi perdo nella natura e parlo con le persone.

**Descriviti con tre parole:** prendere il cappuccino dopo pranzo... (!?) Ribelle!

**Il lavoro dei tuoi sogni (se non lavorassi in Faravelli):** bere noci di cocco in Costa Rica (vorrei che questo fosse un lavoro...)

**Name and nickname:** Lenka Neveselá/Leni.

**Age and zodiac sign:** 43 years, Leo sign.

**Department you'll be working in?** Purchasing for Faravelli s.r.o.

*Is this your first work experience? If not, what did you do before? I worked as a purchaser and logistic manager in Brno based company selling superfoods and food supplements.*

**Do you have any interests, hobbies?**

*I love views, so I hike a lot, natural swimming is my passion too. Generally getting lost in the nature and mindful talks with people.*

**Describe yourself in three words:** having cappuccino after lunch... (!?) REBEL REBEL!

**Your dream job (if you didn't work at Faravelli):** drinking coconuts in Costa Rica (I wish this was a job...).

BUNDLES OF JOY!

Benvenuti a **Adele** (21 marzo) ed **Enea** (24 marzo)!  
Congratulazioni ai nostri colleghi neo-genitori!  
Auguri dai vostri FARAZii!

*🇬🇧 Welcome to **Adele** (March 21) and **Enea** (March 24)  
Congratulations to our fellow new parents.  
Best wishes from your FARA aunts and uncles!*

# Il blog L'Ingrediente Giusto: il revamp!

Di Giorgio Paoli

Il **Blog "L'Ingrediente Giusto"** è ripartito alla grande quest'anno! In soli due mesi, sono stati pubblicati ben **sei articoli**, coprendo varie tematiche e interessi delle diverse divisioni aziendali. Dal rebranding di FARA agli ingredienti distribuiti, passando per le nostre functional gummies, il blog ha saputo offrire contenuti informativi e stimolanti per tutti i lettori.

### Questo è solo l'inizio!

Sono previste molte altre pubblicazioni nelle prossime settimane e nei mesi a venire. L'obiettivo è mantenere alta la qualità dei contenuti e fornire informazioni utili e interessanti.

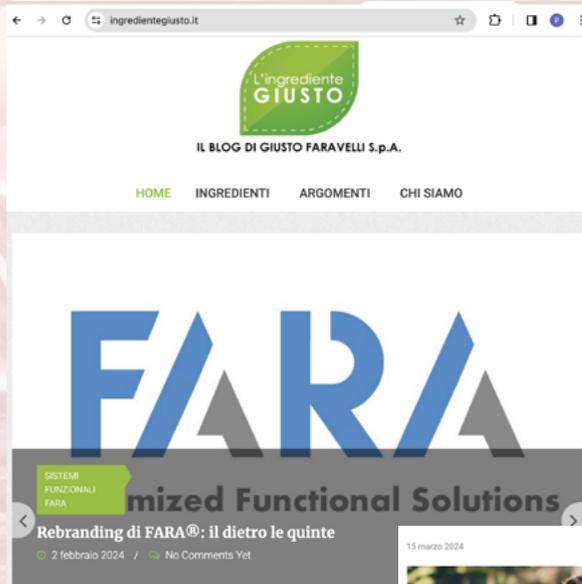
*🇬🇧 The **"L'Ingrediente Giusto"** is off to a great start this year! In just two months, as many as **six articles** were published, covering various topics and interests of the different company divisions.*



*From the rebranding of FARA to distributed ingredients and our functional gummies, the blog has been able to offer informative and stimulating content for all readers.*

### This is only the beginning!

*Many more publications are planned in the coming weeks and months. The aim is to keep the quality of the content high and to provide useful and interesting information.*



16 febbraio 2024



**FUNCTIONAL GUMMIES: più di "semplici caramelle"**

Eccoci nuovamente qua, dopo alcuni giorni dal nostro ultimo articolo. Ricordate la nostra discussione sulla linea FARA® e il suo rebranding? Se vi siete persi qualcosa, date un'occhiata qui. Oggi ci addentriamo nel dettaglio delle nostre gummies, super funzionali... ma anche molto

[Read More](#)

15 marzo 2024



**COLARTIX®: alleato per uno lifestyle "Giusto"**

In questo articolo esploreremo un potente alleato per la salute delle articolazioni: Colartix®. Scopriremo come questo innovativo prodotto possa migliorare il benessere articolare e supportare uno stile di vita attivo e salutare. Il mantenimento di un'attività fisica regolare e la capacità

[Read More](#)

## Intervista a Silvia Di Tommaso / Interview with Silvia Di Tommaso



**Ciao a tutti, cari colleghi. Per questo numero ho pensato fosse giusto intervistare Silvia, cioè la persona che, con il suo lavoro, ci rende più visibili, ci aiuta ad attirare consensi e contatti. Penso fosse un atto dovuto farlo proprio sul primo numero del 2024 di FARAtelling, che è una delle sue creature più riuscite.**

**Buona lettura dal vostro Guido!**

**G: Silvia, prima di iniziare l'intervista devo dirti una cosa personale. Dopo tanti anni di lavoro insieme, ho notato che il tuo entusiasmo per quello che fai non è andato scemando. Anzi, è anche aumentato. Come mai?**

S: Guido ti ringrazio per questa tua osservazione. L'entusiasmo, hai ragione, non mi manca e anzi in effetti forse è persino cresciuto. Premetto che lavoro in azienda da 15 anni; il momento più difficile è stato all'inizio. Sono arrivata in un'epoca in cui l'azienda per molti versi era completamente diversa da oggi. In particolare, nel mio ruolo in quel momento lì non c'era nessuno a cui poter fare riferimento; lo confesso, mi sono sentita completamente spaesata. Ho impiegato un po' a capire quale potesse essere effettivamente il mio contributo, pian piano però è successo. Ho avuto la possibilità di muovermi con sempre maggiore supporto e fiducia da parte dei colleghi e della direzione e lavorare su alcuni progetti che ci hanno dato soddisfazioni e riconoscimenti.

Negli anni il mio ruolo ha assunto confini più delineati e orizzonti più ampi. Ho potuto proporre un approccio diverso che desse spazio alla creatività sposata al rigore del B2B, riscontrando un'apertura non scontata

da parte dei miei responsabili diretti che hanno avuto fiducia. Da alcuni mesi, c'è un'altra fonte di piccolo entusiasmo, con l'arrivo di Giorgio: mi ritrovo a non dover più portare tutto il peso sulle mie spalle, posso condividere idee e opinioni, confrontarmi e perché no? ridere insieme. Questo fa sì che il mio entusiasmo cresca, e spero davvero di avere sempre più opportunità di esprimere la mia prospettiva. Non da ultimo, è stato fondamentale il rapporto umano costruito con i colleghi, ancora oggi forse il traguardo raggiunto più importante.

**G: Comunicare non è facile. Oggi poi molti si improvvisano con risultati francamente imbarazzanti. Che sforzo comporta dover studiare una strategia di comunicazione per una azienda che lavora nel settore B2B?**

S: Ti dirò, per mia esperienza, è uno sforzo da non sottovalutare. Nel nostro caso poi, in cui facciamo distribuzione, ancora di più; implica dei passaggi diversi: l'azienda è un intermediario, ci si deve muovere su due filoni, non necessariamente in contrasto: spingere i prodotti "di altri", privilegiando solo chi tra i nostri fornitori è più attento al marketing, o fare corporate branding corporate, per mettere in risalto l'autorevolezza e competenza della nostra azienda. Trovare l'equilibrio non è mai facile. In più, c'è il rischio di risultare omologati: una cosa che ho cercato di evitare negli anni è stata proprio quella di essere "come gli altri": volendo proporre un approccio distintivo, professionale ma originale lo sforzo è ancora più consistente.

E poi ci sono i cosiddetti nuovi media, su cui occorre fare un ragionamento in più. Si rischia infatti di voler essere originali a tutti

i costi e quindi magari affacciarsi a target audience che non c'entrano nulla con noi e snaturarsi: ma a che pro? Riguardo ai social media è indubbio che il nostro target sia LinkedIn, ma la tentazione a volte di spingersi anche su altri palcoscenici può essere grande: non è facile resistere, ma occorre essere razionali.

**G: Devo dire che tutti i tuoi sforzi sono stati anche riconosciuti. Abbiamo vinto diversi premi negli ultimi anni. Cosa hai provato nel riceverli anche di persona?**

S: Sì, per parafrasare uno slogan che ormai ci appartiene da diverso tempo direi che ho provato una **#grandesoddisfazione**. Sono stata contenta prima di tutto sempre per l'azienda, perché credo che questi riconoscimenti non siano fini a se stessi, contribuiscono ad aumentare la visibilità ma soprattutto a renderci dei piccoli punti di riferimento verso l'esterno o verso i competitor e verso chi ci segue. Salire su un palco per ritirare un premio a nome dell'azienda e per quello che insieme all'azienda si è fatto compensa le piccole e grandi delusioni che a volte ci accompagnano e costituisce sempre un punto di arrivo, ma anche di immediata ripartenza. Sarei ipocrita, inoltre, a non ammettere che anche da un punto di vista più strettamente personale la soddisfazione è tanta; è un'emozione fortissima che spero di poter continuare a provare anche in futuro.

**G: Tante volte abbiamo detto insieme che siamo riusciti a portare il nostro modo di comunicare su un livello H2H, cioè human to human. Il mondo sta cambiando. Velocemente. Oggi si parla di intelligenza artificiale dappertutto. A tuo avviso quali sono le future sfide che la comunicazione dovrà affrontare? Pensi che la IA soppianderà anche la fantasia dei creativi di comunicazione?**

S: Onestamente non credo. Mi spiego meglio. Le sfide future della comunicazione sono molteplici e la diffusione dell'intelligenza artificiale (IA) è sicuramente una delle principali. Offre vantaggi notevoli, ma solleva anche domande cruciali sul ruolo dell'umanità nella comunicazione. Leggo molto di queste cose, soprattutto su LinkedIn, un canale a cui sono particolarmente affezionata e che consiglio a tutti i colleghi, un luogo prezioso per prendere parte ad un dibattito collettivo, per ascoltare, per confrontarsi.

Grazie a Giorgio qualche mese fa ho cominciato ad affacciarmi all'utilizzo di ChatGPT. Ero molto titubante all'inizio, invece devo dire che ora è diventato quasi il

mio migliore amico. Lo uso tantissimo, ma mettendoci sempre il mio "zampino": quello quello che sicuramente ho imparato è che tutta la tecnologia nel mondo non sarà mai pari all'estro umano.

Quindi credo che sia possibile, anzi certo, che l'IA possa contribuire a ottimizzare le campagne di comunicazione, migliorando la precisione dei targeting e la personalizzazione dei messaggi. Tuttavia, la creatività umana rimane insostituibile nel dare quel tocco in più, nel generare idee originali, emozionare il pubblico e costruire connessioni autentiche. La sfida sarà trovare il giusto equilibrio tra l'efficienza dell'IA e l'unicità del tocco umano. In sintesi, mentre l'IA potrebbe trasformare il panorama della comunicazione, la creatività umana e la capacità di comprendere le emozioni resteranno fondamentali.

**G: E a tuo avviso il Covid cosa ha cambiato nel modo di comunicare?**

S: Credo abbia accelerato e di molto quello che probabilmente sarebbe avvenuto tra diversi anni. L'uso degli strumenti digitali ha avuto un'impennata pazzesca, che forse, senza il Covid, avrebbe invece impiegato decenni ad imporsi.

**G: nel corso del 2023 sei stata impegnata su diversi fronti, revisione di documenti promozionali, comunicazione, eventi, giusto per dirne alcuni. Per il 2024 quali sono, in breve, i tuoi obiettivi più importanti?**

S: Ne ho diversi, spero di riuscire a portarli avanti tutti. Abbiamo davanti mesi di fiere ed eventi impegnativi: riuscire a valorizzare queste opportunità è uno degli obiettivi. Avevo poi messo in cantiere diverse iniziative come il revamp del blog L'Ingrediente Giusto e con l'aiuto di Giorgio ci stiamo riuscendo. Abbiamo in cantiere davvero tanto: a fine anno spero di tirare una somma in positivo!

**G: Si sa che il tuo lavoro porta benefici a tanti livelli. L'aiuto dei colleghi nell'identificare contenuti e targets è ovviamente importante. Cosa vorresti dire a tutti i faravelliani per convincerli ad aiutarti sempre di più?**

S: Vorrei sottolineare come sarebbe davvero importante da parte di tutti un appoggio costante e proattivo sulle pagine social, il luogo dove oggi le aziende si muovono maggiormente, il vero "palcoscenico". Molti colleghi ci supportano già: sarebbe bello se tutti potessero farlo. Basta un like o una semplice ricondivisione per poter amplificare notevolmente la nostra presenza. E, so che può sembrare inverosimile, ma farlo aiuta anche

il personal branding di ognuno di noi.

**G: Se avessi un budget da 10 milioni di euro da utilizzare, cosa faresti?**

S: O mamma! Sono così tanti che non saprei. Un mio sogno da tempo però è girare uno spot pubblicitario "vero" e andare sulle reti nazionali e internazionali più importanti. Sembra un paradosso, ma ho visto che alcune realtà b2b cominciano a farlo, anche se non nel nostro settore, e mi piacerebbe essere pionieri in questo senso, tracciare la via, come abbiamo già fatto, nel nostro piccolo, in altri ambiti. A quel punto, 10 milioni di euro, ve lo assicuro, non sarebbero neanche così irraggiungibili.

**G: E se invece vincessi 10 milioni di euro al lotto, cosa faresti?**

S: Senza ipocrisia, credo che mi dedicherei alla "Vita del Michelasso". Sistemati parenti e amici, dopo aver dato supporto ad alcuni progetti benefici che già sostengo da tempo, penso che per almeno "un lunghissimo po'" non farei assolutamente un beato nulla.

**G: Grazie Silvia, a nome di tutti, per il tuo impegno e per la tua capacità di renderci più vicini.**

Grazie a voi!

Guido Rovati

*✶Hello everyone. For this edition, I thought it was right to interview Silvia, the person who, with her work, makes us more visible, helps us attract consensus and contacts. I think it was only right to do it on the first issue of Faratelling in 2024, which is one of her most successful creations.*

*Hope you will enjoy!*

**G: Silvia, before we start the interview, I have to tell you something personal. After many years of working together, I've noticed that your enthusiasm for what you do hasn't waned. On the contrary, it has even increased. Why is that?**

S: Well, Guido, thank you for your observation. You're right, enthusiasm has not diminished over the years; if anything, it has grown. I've been working in the company for 15 years; the most challenging time was at the beginning; I arrived at a time when the company was completely different from today in many ways. Especially in my role at that time, there was no one else; I confess, I felt completely lost. It took me a while to understand what my role, my contribution could actually be. But gradually, it happened. I had the opportunity to move

*forward with increasing support and confidence from colleagues and management and work on some projects that gave us satisfaction and recognition.*

*Over the years, my role has taken on more defined boundaries and broader horizons. I was able to propose a different approach that allowed room for creativity married to the rigor of B2B, encountering an unexpected openness from my direct supervisors who trusted me. For the past few months, there has been another source of small enthusiasm, with Giorgio's arrival, because I find myself no longer having to bear all the weight on my shoulders, but I can share ideas and opinions, engage in discussions, and laugh together. This increases my enthusiasm, and I truly hope to have more opportunities to express my perspective. Last but not least, the human relationships built with colleagues over the years have been fundamental, still representing perhaps my most important asset.*

**G: Communication is not easy. Today, many people improvise with frankly embarrassing results. What effort does it take to study a communication strategy for a company working in the B2B sector?**

S: From my experience, it's an effort not to be underestimated. In our case, especially, since we are in distribution, it involves different steps: the company is an intermediary, so we have to move on two fronts, not necessarily in contrast: promoting "other" products, or doing corporate branding, to highlight the authority and competence of our company in the sector. Moreover, there's the risk of becoming standardized.

*One thing I've tried to avoid over the years is precisely being like everyone else. Wanting to propose a distinctive, professional but original approach is, in my opinion, even more demanding.*

*Regarding new media, there is an additional consideration in my opinion. There is indeed the risk of wanting to be original at all costs and therefore perhaps reaching out to target audiences that have nothing to do with us and losing our identity: but what's the point? As for social media, it's undeniable that our target is LinkedIn as everyone knows, but sometimes the temptation to venture onto other stages can be great: it's not easy to resist temptation, but it's necessary to be rational.*

**G: I must say that all your efforts have also been recognized. We have won several awards in recent years. How did you feel receiving them, even in person?**

S: To paraphrase a slogan that has belonged to us for some time now, I would say I felt a great, **#greatsatisfaction**. I was happy first of all for the company because I believe that these recognitions are not an end in themselves; they contribute in any case to increase visibility, but above all to make us small points of reference externally, towards competitors and towards those who follow us. Going on stage to receive an award on behalf of the company and for what we have achieved together compensates for the small and big disappointments that occasionally accompany us and is always a point of arrival but of immediate departure. Moreover, it would be hypocritical not to admit that even from a personal point of view, the satisfaction is great and it is a very strong emotion that I hope to continue to experience in the future. And in fact, this year too, we will try to bring home some results in this sense.

**G: Many times, we have said together that we have managed to bring our way of communicating to an H2H level, that is, human to human. The world is changing. Quickly. Today, artificial intelligence is being talked about everywhere. What do you think are the future challenges that communication will have to face? Do you think AI will replace even the creativity of communication professionals?**

S: Honestly, I don't think so. Let me explain. The future challenges of communication are manifold, and the spread of artificial intelligence (AI) is certainly one of the main ones. It offers significant advantages, but it also raises crucial questions about the role of humanity in communication. I read a lot about these things, especially on LinkedIn, a channel to which I am particularly attached and which I recommend to all colleagues, a precious place to participate in collective debates, to listen, to confront. Thanks to Giorgio a few months ago, I started to use ChatGPT. I was very hesitant at first, but I have to say that now it has almost become my best friend. I use it a lot, but what I have certainly learned is that all the technology in the world will never equal human ingenuity.

So I believe that it is possible, indeed certain, that AI can contribute to optimizing communication campaigns, improving targeting accuracy, and message personalization. However, human creativity remains irreplaceable in adding that extra touch, in generating original ideas, in exciting the audience, and in building authentic connections. The challenge for communication professionals will be to find the right balance between the efficiency of AI and the uniqueness of the human touch. And then, the increasing spread of digital technologies raises ethical and legal questions regarding privacy and information

manipulation. In summary, while AI could transform the communication landscape, human creativity and the ability to understand emotions will remain fundamental.

**G: And in your opinion, how has COVID changed the way we communicate?**

S: I think it has accelerated by a lot what probably would have happened in several years. The use of digital tools has skyrocketed, which perhaps, without COVID, would have taken years to establish.

**G: Over the course of 2023, you have been busy on various fronts, revising promotional documents, communication, events, just to name a few. What are, briefly, your most important objectives for 2024?**

S: I have several, I hope to be able to pursue them all. We have months ahead of us of important trade fairs and demanding events: being able to valorize these opportunities is one of the objectives. I had also planned several initiatives such as the re-vamping of the corporate blog and with Giorgio's help, we are succeeding. We have a lot in store: at the end of the year, I hope to take stock positively!

**G: It is known that your work brings benefits on many levels. The help of colleagues in identifying content and targets is obviously important. What would you like to say to all the faravellians to convince them to help you even more?**

S: I would like to emphasize how important it would be for everyone to provide constant support on social media pages. Many colleagues already support us: it would be nice if everyone could do it. A simple like or a share can greatly amplify our presence.

**G: If you had a budget of 10 million euros to use, what would you do?**

S: Oh my! There are so many things I wouldn't know where to start. However, a dream of mine for some time now is to shoot a "real" advertising spot and go on the most important national and international networks. It may seem paradoxical, but I've seen that some B2B realities are starting to do it, even if not in our sector, and I would like to be a pioneer in this sense, as we have already done, in our small way, for other areas. At that point, 10 million euros, I assure you, wouldn't even be so unreachable.

**G: And if instead, you won 10 million euros in the lottery, what would you do?**

S: Without hypocrisy, once I've taken care of relatives and friends, after supporting some charity projects that I already support, I think for at least a very long time I would do absolutely NOTHING.

**G: Thank you, Silvia, on behalf of everyone, for your commitment and for your ability to bring us closer together.**

Thank you all!

**Guido Rovati**



CLICCA QUI PER LEGGERE TUTTI GLI ARTICOLI  
click on the pic to read all articles!



Fai come Giorgio Augadro,  
nostro Supporter Number 1



Ogni like, commento e condivisione è prezioso! Contribuisci a far crescere la nostra presenza sui social in modo significativo e coinvolgente. Insieme possiamo superare nuovi traguardi e costruire una community ancora più solida e autorevole!

*✦ Every like, comment and share is valuable! Help grow our social presence in a meaningful and engaging way. Together we can exceed new goals and build an even stronger and more influential community!*



| DALLA REDAZIONE |

COLLABORA CON NOI, SCRIVICI PER DOMANDE E  
CONSIGLI - ANY SUGGESTIONS AND IDEAS?  
GET IN TOUCH" NEWSLETTER@FARAVELLI.IT

