

Foto Antonio Milesi

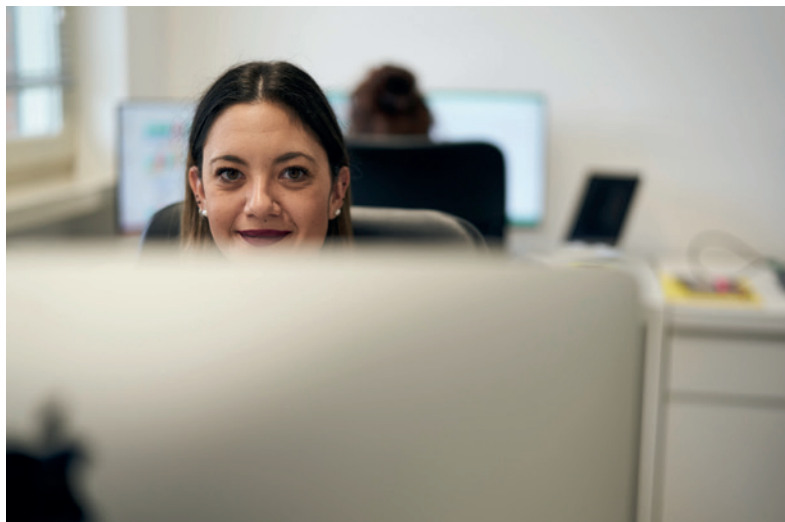


VALEO.it



DA VIA DASTE
VERSO L'INFINITO E OLTRE,
GRAZIE AL DIGITALE

Valeo.it nasce nel cuore di Bergamo nel 1998 per volontà di Davide Corna, attuale presidente del CDA. In questi quasi venticinque



Sono oltre 30 i professionisti che lavorano nella sede di Bergamo di Valeo.it

anni di attività l'azienda ha avuto una crescita continua e sviluppato un vasto portfolio di importanti clienti locali, nazionali e alcuni internazionali. Un pacchetto di oltre 300 clienti attivi ogni anno, seguiti da 30 professionisti tutti dipendenti. Questo è, per l'azienda, uno dei punti cardine. Non si tratta di una

web agency composta da poche figure interne e da una schiera di collaborazioni esterne, bensì da una PMI che continua a crescere su solide basi. Un'officina digitale formata da sviluppatori web, app, software, analisti, esperti di marketing, comunicazione e digital strategy, designer, esperti in UX e UI, con un obiettivo preciso: svi-

luppare ecosistemi digitali complessi, piattaforme web e app, integrazioni Industria 4.0, siti internet strutturati e digital marketing. Una collaborazione tra figure professionali specializzate che lavorano ogni giorno allo sviluppo di progetti tecnicamente avanzati, studiati sulle reali esigenze di aziende che ogni

giorno si trovano ad affrontare scenari sempre più complessi. Tante le realtà bergamasche, industriali e non, che hanno scelto Valeo.it nel corso degli anni. Tra queste citiamo Socaf, Nettuno, Acerbis, Armani, Meccanotecnica, Belotti, Minelli, Serioplast e Siad, ma anche realtà associative come ANCE Bergamo e Ordine degli Avvocati di Bergamo.

Scelta anche per le sue "giuste" dimensioni aziendali, Valeo è un'azienda non troppo piccola, che potrebbe essere poco prospettica, e non troppo grande, nella quale si rischierebbe di essere un cliente tra tanti. Sono proprio le dimensioni aziendali, unite alla varietà di expertise professionali e a un metodo di lavoro rigoroso, che permettono a Valeo.it di essere estremamente flessibile, e di adattarsi

costantemente ai bisogni delle aziende clienti, in tutte le fasi della collaborazione. Non a caso, sono tante le realtà aziendali sia nazionali e internazionali che hanno deciso di lavorare con Valeo.it, come, per esempio, CASIO, Acerbis, Sisal e ABB, fino a colossi dell'IT come Reply e Techedge.

«Proprio in alcuni di questi

Davide Corna.

Ad esempio ItalianOptic, la nota catena di negozi bergamaschi di ottica, ha chiesto di aiutarli a integrare nella propria app delle esperienze innovative. Il team è stato in grado, grazie all'ausilio della realtà aumentata, di permettere al futuro acquirente di provare gli occhiali direttamente

e raccontarli tutti sarebbe impossibile. L'azienda si occupa di creare esperienze digitali di valore attraverso la strategia, il codice e la creatività. Nell'ambito dell'Industria 4.0, per esempio, l'obiettivo è quello di migliorare i processi aziendali facilitando il dialogo tra diversi sistemi complessi. Possono sembrare parole

clienti dei centri estetici, passando per strumenti digitali dedicati a facilitare il lavoro organizzativo quotidiano dei centri estetici fino all'integrazione remota con i macchinari 4.0, controllabili con pochi gesti da smartphone. Tra le altre integrazioni 4.0 anche centri di lavoro prodotti dalla Bellotti di Suisio, e i purificatori



casi ci è stata richiesta l'introduzione di una particolare tecnologia per soddisfare una strategia specifica. Grazie alla nostra struttura solida e flessibile, e a un piccolo reparto dedicato alla ricerca e alla sperimentazione, siamo sempre stati in grado di "imparare" velocemente e realizzare ciò che ci veniva chiesto», spiega

sull'app, ancora prima di andare in negozio. Per il gruppo Minelli, invece, è stato sviluppato un innovativo showroom immersivo virtuale, un metaverso personale configurabile dove gli agenti possono incontrare i clienti e presentargli le novità aziendali. Sono svariati gli interventi di Valeo.it nei diversi ambiti

difficili da interpretare, eppure, sono sotto gli occhi di tutti ogni giorno.

Con l'azienda Panestetic di Ciserano è stato realizzato un ecosistema web e app in grado di integrarsi con le apparecchiature estetiche professionali prodotte dall'azienda. L'esperienza inizia dall'app destinata alle

d'aria sviluppati dalla Bertronic di Stezzano. Il mondo delle integrazioni e delle piattaforme web ed app è, insomma, profondamente conosciuto da Valeo.it, che è in grado di sviluppare sistemi complessi altamente personalizzati. Questa capacità tecnica si sposa perfettamente con l'anima di marketing e comunicazione



Davide Corna
fonda Valeo.it
nel 1998, appena
ventenne

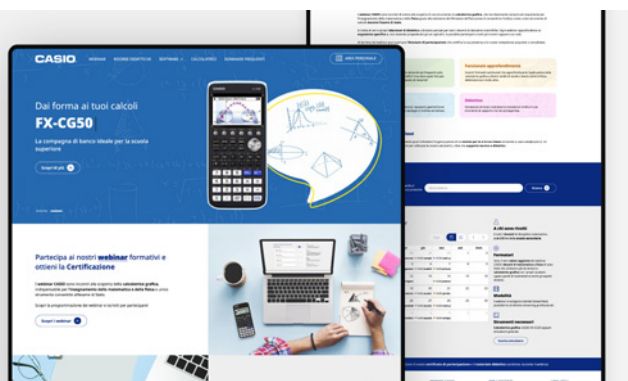
interna all'azienda. Partendo dallo studio della comunicazione, dell'identità visuale, passando poi attraverso uno sviluppo tecnologico con codice completamente custom. I siti web di Valeo.it sono definiti "complessi" non solo tecnicamente ma anche a livello comunicativo. Aziende con diverse divisioni, approcci particolari al mercato, ampi cataloghi: questi sono solo alcuni esempi in cui Valeo.it si muove con facilità. Quando la parte di sviluppo viene terminata, il lavoro di Valeo.it non è finito. Vengono infatti messe in atto le strategie di digital marketing, SEO e SEM, social media, email marketing e email automation, campagne di advertising. Insomma, tutto quello che è necessario per garantire una strategia strutturata e risultati concreti.

Proprio nel 2021 CASIO Italia - divisione Educational ha scelto Valeo.it come fornitore dei servizi di comunicazione web e di digital marketing. L'azienda si è



CASIO

La divisione italiana della nota multinazionale giapponese sceglie Valeo.it per la creazione dei suoi asset digitali. Sito corporate del comparto Calcolatrici, area riservata per i docenti delle scuole, digital brand identity e attività di digital marketing.

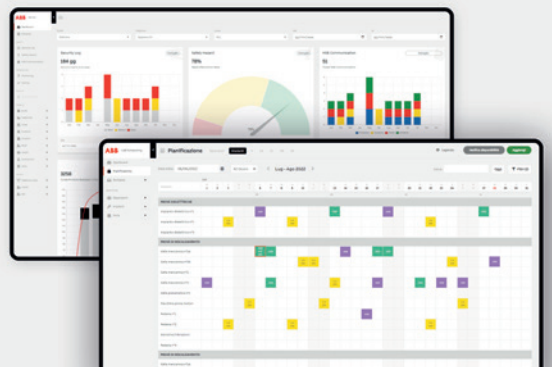


occupata dello sviluppo di un nuovo sito web ma anche di un'area interamente dedicata ai docenti delle scuole superiori, con webinar, forum e percorsi di certificazione. Una volta lanciato il progetto, sono state tante le attività a supporto del brand:

dal lancio commerciale della nuova piattaforma, con un video spot realizzato ad hoc, fino a campagne sui social media, per aumentare da subito gli iscritti alla piattaforma. Il tutto supportato dai dati, grazie a dashboard digitali che il marchio giapponese utilizza per la propria business intelligence.

ABB

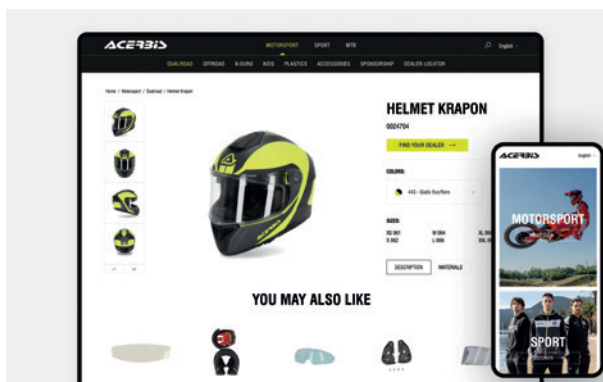
Nell'innovativo Lighthouse Plant di Dalmine, ipertecnologico e automatizzato, anche un software di Valeo.it. Un potente tool di production management che permette ai responsabili di reparto di pianificare e assegnare ogni mattina le attività.



l'accento sulla reale necessità dell'acquirente, che viene messo in contatto con venditori in tutta Italia che possono soddisfare la sua richiesta. Per trovare sempre, e in modo facile, il prodotto giusto. La piattaforma si basa su una vera e propria consulenza, evitando al cliente di dover uscire fisicamente di casa per provvedere a tutti quegli acquisti che implicano il confronto che con un negoziante esperto del settore. Si pensi, magari, a elettrodomestici, strumenti musicali o, ancora, attrezzatura sportiva. Si tratta di oggetti per cui oggi si diffida ancora troppo dall'acquisto online. In questo YOUTBUY-ME è la vera rivoluzione. E per loro Valeo.it svolge la funzione di partner strategico, poiché ricopre un ruolo fondamentale dal punto di vista tecnico, commerciale e di marketing. Valeo.it si è talmente innamorata del progetto da diventarne azionista, fino dalle prime fasi.

ACERBIS ITALIA

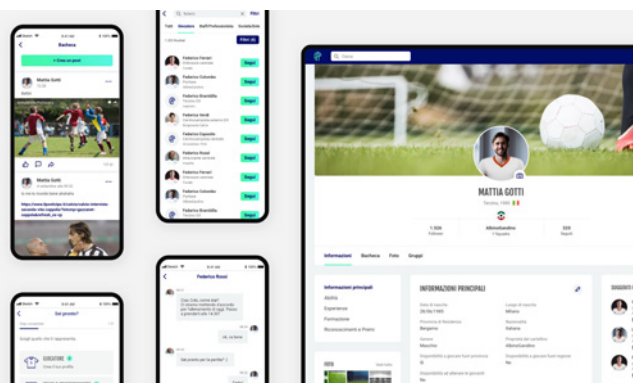
La multinazionale bergamasca sceglie da anni Valeo.it per la realizzazione delle sue piattaforme digitali. Un sito corporate per il suo pubblico, collegato con un sistema sofisticato di gestione delle informazioni di prodotto e dei relativi asset digitali.



E infine YOUTBUYME, altro fiore all'occhiello di Valeo.it perché seguito in ogni sua fase. Una piattaforma complessa di Conversational Commerce che ha l'ambizioso obiettivo di cambiare le attuali regole dell'e-commerce tradizionale. Un punto di incontro tra domanda e offerta, togliendo il focus dal catalogo prodotti e ponendo

BE A PRO

Uno dei fiori all'occhiello di Valeo.it è Be A Pro: un vero e proprio social network, con tutte le funzioni che solitamente utilizziamo ma dedicato al mondo del calcio. Utile ai giocatori per ricevere visibilità e alle squadre per reclutare nuovi talenti.

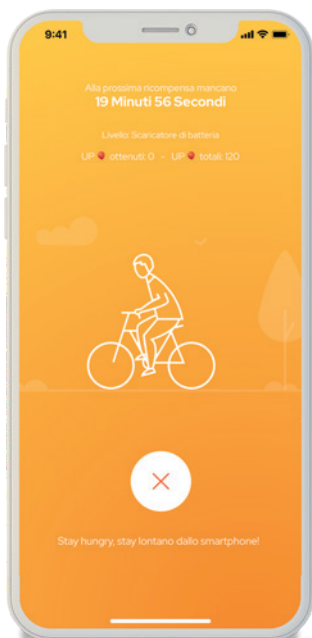


LOOKUP: un nuovo modello di equilibrio digitale sposato da Valeo.it

La scelta di **Luca Panseri**, giovane imprenditore nel campo dell'immobiliare, è oggi, sicuramente, fuori dagli schemi. Per due mesi ha deciso di vivere completamente offline, lontano da qualsiasi tipo di tecnologia. Da questo esperimento sociale e personale svolto nel 2019, però, è nata l'idea di LOOKUP.

Quali sono le considerazioni che hai fatto passando tanto tempo senza smartphone?

Durante quel periodo ho avuto la possibilità di osservare come lo smartphone, in particolare, abbia cambiato radicalmente le nostre abitudini di socializzazione. In alcune situazioni è diventato solo motivo di distrazione



e non più un aiuto. È in quel momento che ho avuto l'idea: creare un gioco sociale in grado di incentivare le persone ad alzare lo sguardo dal proprio smartphone.

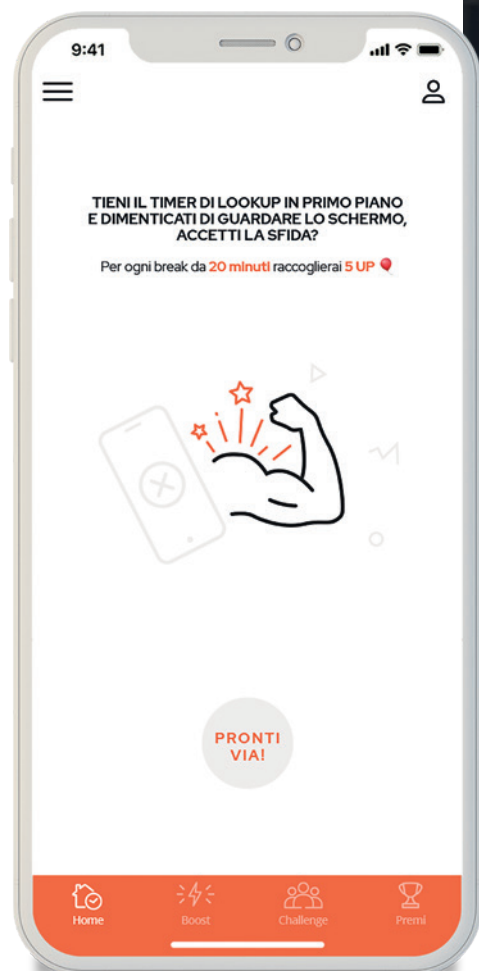
Come racconteresti LOOKUP?

LOOKUP è una startup che promuove una disconnessione consapevole dai propri device, proponendo dei premi fruibili offline per il tempo che si passa

evitando di utilizzare lo smartphone. Si guadagnano dei punti - sotto forma di palloncini digitali - utili a riscuotere prodotti, servizi o esperienze da vivere nel mondo reale.

La sfida sta nel resistere alla tentazione di uscire dal timer per rispondere a notifiche o scrollare i social, altrimenti i palloncini accumulati fino a quel momento verranno persi.

Non si tratta di demonizzare la tecnologia, ma di farne un



LOOKUP è disponibile sugli app store iOS e Android

uso equilibrato per trarre il meglio dall'online e dall'offline.

Quali sono i risultati raggiunti rimanendo offline?

Se sommiamo tutto il tempo risparmiato dagli utenti di LOOKUP, grazie al timer attivato, in soli 18 mesi abbiamo accumulato 17 anni di tempo offline di qualità. Il tempo offline si traduce in maggior focus al lavoro, concentrazione più alta durante lo studio, guida senza distrazioni, ma anche un miglior benessere psicofisico.

Che riscontro avete avuto?

Siamo riusciti già a coinvolgere più di 4.000 utenti nella bergamasca, solo attraverso il passaparola. Abbiamo coinvolto 100 partner territoriali che propongono 250 premi offline e stretto partnership di tutto rispetto, tra cui Atalanta B.C. e Red Bull Italia.