

ECONERRE

GEN/FEB
2008

E C O N O M I A E M I L I A - R O M A G N A



Turismo

L'Emilia-Romagna?
È "Originale italiano"

Lo sviluppo non può attendere

Tempi certi e copertura finanziaria garantita
per la realizzazione delle nuove infrastrutture
Pieno accordo tra Regione e mondo produttivo
su un ampio "pacchetto" di opere prioritarie



Export

Internazionalizzazione
La nuova strategia

Inchiesta

Officine dell'innovazione
In campo nuove risorse

Scenari

Prosciutto in Cina
Via libera ufficiale

Focus

Un'occasione
da prendere all'amo

Pubb

“È sempre l'export a trainare la crescita”

*L'euro forte non ferma l'internazionalizzazione
Le iniziative degli sportelli Sprint-er per il 2008*



* Presidente
Unioncamere Emilia-Romagna

di Andrea Zanlari*

Dopo l'avvio in dicembre, sta proseguendo in questi primi mesi dell'anno nelle sedi delle Camere di commercio della regione un seminario itinerante sulle attività e i progetti per il 2008 da parte degli sportelli territoriali per l'internazionalizzazione (Sprint-er). Attraverso questi appuntamenti, Regione Emilia-Romagna, Unioncamere e Camere di commercio, Ice, Sace e Simest compiono uno sforzo congiunto per dare una chiave di lettura sulle strategie e le modalità di ingresso sui mercati esteri e fornire alle imprese analisi e soluzioni di casi concreti derivanti dall'esperienza.

Come ha confermato il Rapporto dell'Osservatorio regionale sull'internazionalizzazione qualche tempo fa, nonostante l'euro forte rispetto al dollaro e alle altre valute, sono le esportazioni regionali a trainare la crescita. L'effetto di volano dell'economia esercitato dall'export è il frutto di un ampio processo di ristrutturazione e riorganizzazione del sistema delle imprese avviato alla fine degli anni Novanta. Un processo avvenuto non attraverso un cambiamento radicale, ma cercando di valorizzare quello che sa fare meglio l'imprenditorialità diffusa che costituisce l'ossatura dell'economia regionale.

Molti fattori hanno contribuito ad abbassare la soglia dimensionale necessaria a ogni azienda per accedere ai mercati esteri, anche se la capacità di agire resta strettamente correlata al conseguimento di una sufficiente massa critica. Sia la Regione che il sistema camerale lavorano, da questo punto di vista, per favorire processi di aggregazione, considerata la natura strutturale del tessuto produttivo e imprenditoriale.

D'altra parte, alle imprese è richie-

sto di superare il tradizionale approccio "mercantile" al commercio con l'estero, basato solo sulle esportazioni e importazioni. Gli operatori sono sollecitati a sperimentare forme più articolate di inserimento economico, indispensabili per stabilizzare e ampliare le proprie quote di mercato. Ampio è il ventaglio degli strumenti utilizzabili: ai tradizionali accordi commerciali si affiancano forme di cooperazione produttiva e tecnologica, fino ad arrivare ad alleanze, joint-ventures e partecipazioni in imprese straniere. Sono modalità necessarie per assicurarsi una presenza efficace nei mercati esteri con sedi sussidiarie, filiali commerciali e industriali, centri di servizio e assistenza tecnica.

L'internazionalizzazione è un percorso complesso, in cui le imprese hanno bisogno di sempre maggiori e migliori servizi di accompagnamento. È in questo ambito che si colloca il percorso di collaborazione che Regione e Unioncamere Emilia-Romagna – insieme al ministero del Commercio internazionale, all'Ice, alla Sace e a Simest – hanno intensificato in questi mesi. L'obiettivo è evidente: una continua ricerca di sinergie e la condivisione di conoscenze e risorse per mettere in campo più efficacemente azioni a sostegno dello sviluppo economico delle imprese e del territorio.

L'accordo per lo Sportello regionale per l'internazionalizzazione delle imprese – con una sede in ogni provincia per essere maggiormente vicini alle imprese ed assisterle sui mercati esteri – ha costituito una tappa importante. La logica alla base è la predisposizione di un'offerta di servizi – dall'attività d'informazione, assistenza, promozione ma anche per l'accesso ai finanziamenti – che sappia crescere insieme all'impresa, la possa accompagnare nei primi passi verso l'estero, sia di sostegno quando il processo di internazionalizzazione diventa più intenso, offra consulenza e assistenza per penetrare nei mercati più difficili ■

Ma per competere sui mercati esteri resta indispensabile una sufficiente massa critica

Pubb



Mensile dell'Unione regionale
delle Camere di commercio
dell'Emilia-Romagna
e della Regione Emilia-Romagna

Anno XIV - n. 1-2
Gennaio-Febbraio 2008
Fuori commercio

Direttore responsabile
Andrea Zanlari

Coordinamento editoriale
Roberto Franchini (vicedirettore)
Ugo Girardi
Morena Diazi

Coordinamento redazionale
Contesto srl
Barbara Galzigna
Giuseppe Sangiorgi

Segreteria di redazione
c/o Unioncamere
viale Aldo Moro, 62
40127 Bologna
Tel. 051-637.70.26
Fax 051-637.70.50

Foto Meridiana Immagini
Paolo Righi, Andrea Samaritani
e Elisa Pozzo

Progetto grafico e impaginazione
Contesto S.r.l.
via Zucconi, 90
41100 Modena
Tel. 059-34.63.18
Fax 059-29.29.842
e.mail redazione@contestoweb.com

Concessionaria per la pubblicità
Afc Associati S.n.c.
via Rosaspina n. 5
40129 Bologna
Tel.- Fax 051-359933

Stampa
Labanti e Nanni
Industrie grafiche
Via G. Di Vittorio, 5-7 -
40056 Crespellano (Bologna)
tel. 051-96.92.62 - fax 051-96.92.69
e-mail: info@labantienanni.it;

Autorizzazione
del Tribunale di Bologna
n° 6285 del 27 aprile 1994
Spedizione A.P. - 45%
art. 2 comma 20/b P. 662/96
Filiale di Bologna

In copertina
foto di Meridiana Immagini

SOMMARIO

1 EDITORIALI

"È sempre l'export
a trainare la crescita"

DI ANDREA ZANLARI

4 IN BREVE

6 VANNO E VENGO

8 PRIMO PIANO

Nuove infrastrutture
Ora si fa sul serio

DI SILVIA SARACINO

10 Procedure più snelle
per le grandi opere

DI VERONICA CIPRIANO

12 FINANZA

Project financing
Luci ed ombre

DI ELENA TURRINI

16 EXPORT

Internazionalizzazione
La nuova strategia

DI SILVIA SARACINO

19 "Deliziando" i palati
Quelli degli stranieri

DI GIUSEPPE SANGIORGI

20 FOCUS

Un 2008 in fiera
Gli eventi in agenda

DI VERONICA CIPRIANO

22 Un'occasione
da prendere all'amo

DI NATASCIA RONCHETTI

25 TURISMO

L'Emilia-Romagna?
È "Originale italiano"

DI NATASCIA RONCHETTI

29 FORMAZIONE

La crescita? Buona,
se vale per tutti

DI ELENA TURRINI

30 INCHIESTA

Officine dell'innovazione
In campo nuove risorse

DI NICOLETTA CANAZZA

33 SETTORI

Sviluppo rurale
Fondi per 1,5 miliardi

DI ELENA TURRINI

34 Ex zuccherifici
Al via la riconversione

DI ENRICO VINCENZI

36 SCENARI

Prosciutto in Cina
Via libera ufficiale

DI ALBERTO NICO

39 NORMATIVE

Giustizia alternativa
Rapida ed economica

DI GIUSEPPE SANGIORGI

42 INNOVAZIONE

Come non perdersi
in una goccia d'acqua

DI ALBERTO NICO

44 AZIENDE

Dall'India agli States
con un partner svizzero

DI SILVIA SARACINO

47 SPECIALE LOGISTICA

INSERTO PUBBLIREDAZIONALE

55 FLASH EUROPA

A CURA DI LAURA BERTELLA
E PAOLO MONTESI

QUADERNI&DOCUMENTI

Subfornitura Moda
Ottimismo con cautela

■ **"Circolo della Biella"**
Un libro sulle auto storiche

È stato presentato alla Camera di commercio di Modena il libro di Nunzia Manicardi "Circolo della Biella, i nostri Vent'Anni. 1987-2007" che celebra l'anniversario del sodalizio, ponendosi in linea di continuità con un primo volume che partiva dalla fondazione nel 1934 del Club di auto storiche più antico e importante d'Italia, elemento centrale nella storia motoristica e sociale della città di Modena "Capitale dei Motori", anche nei suoi risvolti produttivi, tecnici ed economici. Il primo socio del Circolo della Biella fu Enzo Ferrari e sono stati presidenti personaggi come Francesco Stanguellini e Vittorio Fini. Il "Circolo della Biella Autostoriche" di Modena è un'associazione sportiva e culturale che opera in collegamento con l'Acì Automobili Club d'Italia, l'Asi (Automotoclub Storico Italiano) e la Csaì (Commissione Sportiva Automobilistica Italiana).



La sede di Confindustria Ferrara in via Montebello

Matrimonio tra Confindustria Ferrara e Api Industria
Unindustria, una nuova casa per 500 imprenditori estensi

Un'associazione di imprenditori che riunisce più di 500 aziende per un totale di 20mila addetti. Sono questi i numeri di Unindustria Ferrara, che nascerà dalla fusione di Api Industria e Confindustria per rappresentare in modo ancora più efficace la realtà imprenditoriale di Ferrara e provincia, con grande attenzione alle piccole e medie imprese. Nelle prossime setti-

mane saranno messi in atto i restanti passaggi formali e amministrativi necessari alla nascita della nuova realtà. In particolare, dopo l'approvazione all'unanimità della lettera d'intenti da parte dei vertici delle due associazioni, il progetto sarà sottoposto alle assemblee straordinarie dei soci per la ratifica definitiva. L'obiettivo di unire le competenze e le specificità delle due associazioni in una sinergia che offrirà ai soci servizi migliori. L'intesa prevede un periodo di transizione di quattro anni: nei primi due la presidenza sarà affidata a Piero Puglioli (numero uno di Confindustria Ferrara), mentre Simonetta Talmelli (Api) si prepara a diventare vicepresidente vicario. Sede della nuova associazione - dove lavoreranno circa 25 dipendenti, di cui 20 da Confindustria e 5 da Api Industria - saranno gli attuali locali di Confindustria Ferrara in via Montebello.

Confartigianato Forlì-Cesena verso l'unità
Fusioni anche in Romagna

È stato suggellato il patto per la nascita della Federazione provinciale di Confartigianato Forlì e Cesena, primo passo verso la costituzione di un'unica realtà. Confartigianato sul territorio provinciale rappresenta oltre 6.200 tra piccole e medie imprese per un totale di 9.600 imprenditori. Il presidente della federazione sarà Stefano Ruffilli, numero uno di Confartigianato Forlì, mentre ai cesenati spetterà la carica di segretario e il consiglio direttivo, suddiviso in parti uguali tra i due territori.

■ **PARMA**
NASCE L'AGENZIA PER IL PIANO STRATEGICO

È l'ultima iniziativa finalizzata a promuovere il Sistema Parma e le sue eccellenze, in Italia e all'estero. È l'"Agenzia per il Piano strategico", uno strumento che, attraverso l'azione sinergica di

Provincia, Comune, Università e Camera di commercio, si prefigge di accreditare e qualificare in modo sempre più efficace e mirato il territorio parmense e i suoi prodotti. Alla guida della nuova Agenzia è stato chiamato Claudio Magnani.

■ **BOLOGNA**
MACCAFERRI CEDE ADANTI SPA

Il Gruppo Maccaferri di Bologna, tramite la propria Holding Seci, e la Strabag Se, società austriaca,

hanno sottoscritto un accordo per la cessione della Adanti spa, società di costruzioni che opera in Italia, con sede nel capoluogo emiliano. Per Maccaferri si tratta di una soluzione strategica e funzionale a un più ampio progetto industriale di investimenti e di ridefinizione delle aree di business. La nuova partnership consentirà peraltro ad Adanti spa di collocarsi potenzialmente tra i leader del mercato italiano, mentre per la Strabag, già tra i principali competitor a livello europeo nel settore

delle costruzioni, l'acquisizione della Adanti consente di proseguire il processo di sviluppo e investimento in Italia.

■ **REGGIO**
BREVINI GIOCA A WEMBLEY

Trentaquattro riduttori forniti dalla Brevini Power Transmission di Reggio Emilia metteranno in movimento i sette pannelli scorrevoli che aprono e chiudono la copertura dello stadio londinese di Wembley. Dopo quelli di

Amsterdam, Gelsenkirchen e Duesseldorf, anche per lo stadio di Wembley la Hollandia, che ha realizzato la copertura, ha scelto i prodotti Brevini. L'azienda reggiana ha chiuso il 2007 con un fatturato di 284 milioni (più 17% sul 2006), a conferma di un trend positivo che dura dal 2000 e che porterà verso la quotazione in Borsa.



Fiere Sigep Usa, una scelta strategica

Rimini Fiera, leader nel mondo con Sigep, e "Frozen Deserts USA", organizzatore fieristico che presidia negli Usa il segmento delle esposizioni su panificazione e dolciario artigianale, hanno costituito una newco (partecipata al 50% da entrambi i soci) per la realizzazione della nuova manifestazione annuale Sigep Usa, che si svolgerà alternativamente a Las Vegas e Atlantic City (dove si partirà con la prima edizione dal 21 al 23 settembre prossimi, spazi espositivi per 20mila metri quadrati e una partecipazione di oltre 100 espositori). Quello del gelato artigianale è negli Stati Uniti, in Messico e in Canada, un comparto ancora di nicchia ma in rapida espansione: dal 2004 a oggi, ogni anno, si è registrato un raddoppio del numero di gelaterie. Oltre al nuovo Sigep Usa, Rimini Fiera organizza il Fithep Do Brasil, una versione di Sigep rivolta al Mercosur, a San Paolo dal 16 al 19 giugno 2008.



In prima linea le associazioni di categoria Ortofrutta made in Italy Le iniziative sul mercato indiano

Nella sede della Federation of Indian Chambers of Commerce and Industry (FICCI) a New Delhi in India, è stato firmato un accordo tra il gruppo d'affari indiano Field Fresh, la Camera di Commercio di Forlì-Cesena e Unioncamere Emilia-Romagna. L'accordo, sostenuto dalla Regione Emilia-Romagna, prosegue la collaborazione avviata un anno fa ed è la piattaforma da cui partiranno una serie di iniziative congiunte, riguardanti il consolidamento dei rapporti tra il gruppo indiano e il sistema produttivo emiliano-romagnolo della filiera ortofrutticola.

Intanto, l'Unione Parmense Industriali e la Camera di commercio di Parma hanno sottoscritto un accordo con la Federazione delle Camere di Commercio Indiane per la realizzazione in India di un "Agropark", un distretto dell'impiantistica dove poter riprodurre le condizioni che hanno assicurato il successo della food valley. L'Agropark sarà una grande area destinata al settore della trasformazione agroalimentare dove si collocheranno aziende guidate da imprenditori indiani, italiani o gestite in joint-venture, tutte con vocazione alimentare, dalla coltivazione alla trasformazione, dalla subfornitura alla costruzione di macchine, fino alla distribuzione. Il progetto sarà sostenuto da una attività di formazione al trattamento dei prodotti, realizzazione e gestione degli impianti moderni.

Parmigiano-Reggiano Dopo la ripresa si aprono nuove frontiere

Nel 2007 il Parmigiano-Reggiano ha segnato una decisa inversione di tendenza delle quotazioni mediamente superiori dell'11,1%. Quotazioni all'origine non ancora soddisfacenti per i produttori, perché l'aumento è stato in larga parte eroso dalla crescita dei costi, circa il 10%. In crescita nel 2007 i consumi complessivi, più 1,2%, un dato a cui si accompagna un calo delle giacenze, meno 3,5%, e un forte aumento dell'export, più 9,6% (13,55% nell'area Ue). Ulteriore lieve flessione della produzione, meno 0,4%. Per una filiera che conta 437 caseifici e 4.291 allevamenti, si stanno aprendo anche nuove frontiere, legate al formaggio "sbiancato" (le forme senza "puntini", prive cioè delle righe caratteristiche qualitative previste dal disciplinare Dop). Tra le azioni promozionali, da segnalare la sponsorizzazione di "Casa Italia-Coni" e la fornitura ufficiale della nazionale italiana alle Olimpiadi di Pechino 2008 e Vancouver 2010.



MODENA EXPERT SYSTEM, PARTNERSHIP NEGLI STATES

Importanti accordi per Expert System, leader in applicazioni software per la gestione dei documenti con analisi linguistica e comprensione semantica. La società modenese guidata da Stefano Spaggiari ha infatti avviato una collaborazione con il professor Paul Thompson del

Dartmouth College, nel New Hampshire. La partnership è basata sull'uso della tecnologia semantica di Expert System nell'elaborazione del linguaggio naturale e nella gestione efficiente delle informazioni testuali. In particolare, saranno svolte attività di applicazione e ricerca sull'efficacia e la correttezza della Semantic Intelligence sia nell'analisi di grandi quantità di documenti, sia nella selezione ed estrazio-

ne automatica di dati rilevanti. Successivamente, Expert System ha siglato un accordo per la fornitura della propria tecnologia a Radar Networks, pioniere di San Francisco in materia di tecnologie semantiche.

FORLÌ-CESENA APOFRUIT CRESCERE E INVESTIRE

Vendite ancora in crescita per i prodotti biologici di Apofruit, la cooperativa di Cesena con 4mila soci - tra Emilia-Romagna, Puglia, Sicilia e Basilicata - nelle

aree di intervento di produzione e lavorazione dei prodotti ortofrutticoli freschi, leader nell'ortofrutta biologica. Le vendite Bio 2007, realizzate attraverso la controllata Canova, hanno raggiunto 40,5 milioni di euro di fatturato (più 4% rispetto al 2006). L'incremento più consistente nei prodotti a marchio Almaverde Bio: più 34%, per un valore di 14,1 milioni di euro. Apofruit ha varato un piano di investimenti per 20 milioni di euro entro il 2010, a partire dal progetto su Longiano dove rea-

lizzerà nuove strutture per 6 milioni di euro. Già partiti i lavori alle 24 celle frigorifere destinate allo stoccaggio, e agli oltre 2mila metri quadrati di capannone. Entro settembre 2008 è prevista la costruzione di un maxi impianto fotovoltaico progettato per produrre 140mila kilowatt l'anno di energia, che soddisferanno parte del fabbisogno dell'azienda.





INFRASTRUTTURE



L'assessore Maioli guida la Fer, Parrello al porto

Gino Maioli, assessore ai Trasporti della Provincia di Ravenna, è stato nominato presidente di Ferrovie Emilia Romagna (Fer) dall'assemblea dei soci. Maioli, che ha preso il posto di Claudio Ferrari, ha 53 anni e da sei anni ha la delega ai trasporti nella provincia romagnola. Resta invece al suo posto **Giuseppe Parrello**, confermato dalla Commissione del Senato alla presidenza dell'Autorità Portuale di Ravenna. La conferma del manager esprime la continuità del lavoro svolto. Parrello, 62 anni, nel primo mandato da poco concluso, ha tenuto unite le forze economiche e sociali che operano nel porto. Nominato anche **Fabio Maletti** segretario generale dell'Autorità Portuale.

COLDIRETTI

Bologna si affida a Gabriele Cristoferi

Gabriele Cristoferi succede a Marco Pancaldi al vertice di Coldiretti Bologna, che rappresenta oltre 5.000 imprese agricole. Perito agrario, 41 anni, Cristoferi è a capo di un'impresa di 24 ettari di frutteto e vigneto nel comune di Castel Guelfo, ed è tra i soci di Agrobioenergia, la società che gestisce l'impianto per la produzione di energia elettrica da mais ceroso in costruzione a Medicina.

CREDITO

Maria Lucia Candida alla "Banca dello Sport"

Dopo una pluriennale esperienza come direttore generale della Carisbo e un anno nello stesso ruolo a Neos Banca, **Maria Lucia Candida** è stata chiamata alla direzione dell'Istituto per il Credito Sportivo, la "Banca dello Sport" di riferimento per il mondo sportivo e culturale. Grande salto anche per Daniele Alberani, nuovo presidente di Fedart Fidi, la Federazione unitaria dei 251 Consorzi e Cooperative artigiani di garanzia fidi costituita da Confartigianato, Cna e Casartigiani. Alberani, 40 anni, di Alfonsine (Ra) - dove è titolare di un'impresa alimentare - succede a Roberto Villa, al vertice di Fedart dal 2001.



CNA

Forlì, al timone Riccardo Guardigli

Nominato il nuovo responsabile per la sede forlivese della Cna. Si tratta di **Riccardo Guardigli**, 40 anni, incaricato in concomitanza con l'assunzione a tempo pieno da parte di Franco Napolitano del ruolo di referente provinciale dell'area economico-sindacale della Cna di Forlì-Cesena. Forlivese, laureato in Scienze politiche, Guardigli è entrato in Cna nel 1996.

ASSINDUSTRIA

Giovani imprenditori Assindustria Reggio: Iasoni succede a Grasselli



Graziano Grasselli ha passato il testimone di presidente del Gruppo Giovani Imprenditori dell'Associazione Industriali Reggio Emilia a **Giorgia Iasoni** per il biennio 2008 - 2010. Con il nuovo incarico, Iasoni assume di diritto anche la carica di vice presidente dell'Associazione Industriali. Grasselli della Grasselli Spa di Albinea ha lasciato la presidenza dopo un mandato in cui ha inteso ricondurre l'attenzione sulla centralità dell'impresa e l'importanza della propensione al rischio. **Giorgia Iasoni** 32 anni, è consigliere delegato di Ecologia Soluzione Ambiente S.p.A., capofila di un gruppo di imprese che hanno nel settore ambientale il proprio core business. L'azienda ha sede a Bibbiano ed è presente in maniera capillare sul territorio nazionale. Il fatturato di gruppo supera i 30 milioni di Euro, dei quali circa un terzo è rappresentato da esportazioni.

LAPAM FEDERIMPRESA

Eletto all'unanimità Erio Luigi Munari

L'imprenditore sassolese **Erio Luigi Munari** è il nuovo presidente generale di Lapam Federimpresa, che associa oltre 12mila imprese artigiane, commerciali e agricole nella provincia di Modena, con oltre 50 sedi sul territorio e 680 dipendenti. Prende il posto di Giampaolo Palazzi, che ha guidato l'associazione dal 2000. Munari, 51 anni, presidente di Zincosider srl, gruppo che opera nel settore metalmeccanico, è stato presidente della zona di Sassuolo e vicepresidente provinciale di Lapam.



COOPERAZIONE

Reggio conferma Cigarini, la Rinaldi a Coopservice

Ildo Cigarini, 58 anni, reggiano, presidente della cooperativa Unicarni, di Unipeg e di Quanta srl è stato confermato presidente di Legacoop Reggio Emilia, che rappresenta 238 imprese per un totale di 588mila soci. Con 35mila occupati e un giro d'affari di 6 miliardi di euro, quello di Reggio è uno tra i distretti cooperativi più importanti d'Europa. Rossana Rinaldi è invece la nuova vicepresidente di Coopservice. Reggiana, 39 anni, una laurea in Economia e commercio, in azienda dal 2003, Rinaldi è stata designata alla vicepresidenza della cooperativa (la cui compagine sociale è composta per oltre il 60% da donne) dal consiglio di amministrazione guidato da Augusto Torreggiani.



UNIVERSITÀ

Cantelli Forti all'Alma Mater

Il professor **Giorgio Cantelli Forti** è il nuovo presidente del polo riminese dell'Alma Mater. Eletto praticamente all'unanimità. Prende il posto di Gianfranco Capodoglio. Il nome di Cantelli Forti è noto nel mondo accademico regionale per aver portato la facoltà di Farmacia a Rimini, ma anche per l'ampio curriculum professionale. Tra gli incarichi ricoperti dal professore, infatti, figura anche il ruolo di assessore alla Sanità e all'ambiente nel capoluogo emiliano durante la Giunta Guazzaloca.

BPER

La direzione generale a Massimo Guidotti

Con il 2008, è cambiato il pacchetto dirigenziale della Banca popolare dell'Emilia Romagna. Dal primo gennaio scorso, il nuovo direttore generale è il reggiano **Massimo Guidotti**, affiancato come vice da Alessandro Vandelli e Luigi Odorici. È stato cooptato nel cda il precedente direttore Ettore Caselli, che ha sostituito il dimissionario Paolo Ferrari. La Bper ha appena inaugurato una nuova filiale a Brescia e sono previsti altri tagli del nastro nell'area milanese entro l'anno.



STRADA DEI VINI

L'incarico a Salvatore Cavini, primo cittadino di Castel del Rio

È **Salvatore Cavini**, sindaco di Castel del Rio, il nuovo presidente della Strada dei vini e sapori dei Colli d'Imola. La sua nomina rispetta la prassi di alternanza pubblico-privato alla guida dell'associazione, fondata nell'ottobre 2000. Cavini succede all'imprenditore Giuliano Monti (agriturismo Cà Monti, Sassoleone di Casalfiumanese), che resta in carica come vicepresidente, mantiene la delega relativa al catalogo di vendita dei prodotti tipici ed è stato nominato presidente di Romagna Terra del Sangiovese. A completare il vertice della Strada dei Vini un nuovo ingresso: Augusto Zuffa, giovane produttore vitivinicolo, la cui impresa è anche fattoria didattica (azienda Zuffa Marino, Imola).

CERAMICA

Cafiero succede a Vantaggi Roberto Fabbri al CenCerBo

Il consiglio direttivo di Confindustria Ceramica ha eletto all'unanimità **Armando Cafiero** come nuovo direttore generale. Cafiero succederà dal prossimo primo luglio a Franco Vantaggi, direttore dell'associazione dal 12 gennaio 1995, che gli rimarrà accanto come consulente. Armando Cafiero, 46 anni, è direttore generale di Assocarta, l'Associazione di categoria del sistema Confindustria che riunisce le aziende italiane attive in questo settore, e amministratore delegato di Gas Intensive, il Consorzio degli utenti energivori nazionali. Laureato in economia con specializzazione in discipline bancarie, ha sviluppato nella sua carriera professionale un'intensa attività a livello nazionale e internazionale con la partecipazione, anche presso l'Unione Europea e la FAO, a commissioni e gruppi di lavoro che si occupano di energia, materie prime e competitività dei settori industriali.



Intanto, il Centro Ceramico di Bologna, Consorzio Universitario formato da Università di Bologna, Confindustria Ceramica, Andil-Assolaterizi, Ancpl, Cna e Unioncamere Emilia-Romagna, ha rinnovato le cariche per il 2008-2010. Come presidente è stato eletto **Roberto Fabbri**, rappresentante di Confindustria Ceramica nell'assemblea del consorzio. Fabbri è presidente di ABK Group Industrie Ceramiche. Come sostituto del presidente è stato designato Giuliano Pini, ad di Panaria Group Industrie Ceramiche). Compongono il consiglio Andrea Zanoni, professore ordinario di Economia e organizzazione aziendale alla facoltà di Ingegneria dell'università di Bologna, Eugenio Emiliani, direttore generale di Sacmi Group, Rino Costa, responsabile della sede di Sassuolo della Cna, Michele Marconi, direttore del Gruppo Ripabianca. Membri dell'assemblea sono inoltre Giorgio Squinzi, presidente di Federchimica e di Mapei, Alessandro Scopetti, presidente di Confindustria Viterbo e di Simas, e Bruno Melloni della Maref Refrattari.



di Silvia Saracino

Siglato lo scorso dicembre l'accordo con il Governo per stabilire le opere prioritarie

Nuove infrastrutture Ora si fa sul serio



Dalla Campogalliano
Sassuolo al sistema
ferroviario bolognese
Nero su bianco
risorse e tempistica

Vasco Errani
presidente
regione
Emilia-Romagna

Impegni certi sulla realizzazione e garanzie sulla tempistica: la Regione Emilia-Romagna ha portato a casa prima di Natale dello scorso anno l'Atto aggiuntivo all'intesa generale quadro per le infrastrutture sottoscritta nel dicembre 2003 tra il Governo e la Regione, con cui venivano individuate una serie di infrastrutture strategiche non solo per la regione ma per la circolazione in tutta Italia. L'Atto è stato siglato lo scorso 17 dicembre dal ministro delle Infrastrutture e dal presidente della Regione Vasco Errani e ha stabilito le priorità infrastrutturali per cui il Governo si

impegna a sostenerne la realizzazione entro tempi inderogabili: dal Passante Nord alla E55, dal collegamento autostradale Campogalliano Sassuolo al raddoppio della linea Pontremolese sul versante ferroviario. Grazie all'Accordo alcune opere sono già sbloccate, sottolinea il presidente Errani: "Esempi in tal senso sono l'asse ferroviario Tirreno-Brennero e il Trasporto rapido costiero, oltre alla progettazione del Passante Nord di Bologna. È stata definita la soluzione dei problemi del nodo ferro-stradale di Casalecchio di Reno e c'è l'impegno per quanto riguarda la situazione di Rastignano". Insomma, l'accordo fa ben sperare che si sbloccino alcuni nodi cruciali della viabilità regionale di cui beneficerà tutto il sistema produttivo. In primo piano la bretella Campogalliano-Sassuolo: il ministero si impegna a sottoporre all'approvazione del Cipe il progetto definitivo per la realizzazione del collegamento (e relativo finanziamento) entro il 29 febbraio 2008, mentre per la realizzazione delle altre opere connesse quali

il raddoppio della Pedemontana nel tratto Fiorano-Sassuolo (costo 50 milioni di euro) e la tangenziale di Rubiera (20 milioni di euro) si rimanda al 31 dicembre 2008 come data ultima per sottoporre al Cipe progetti e modalità di finanziamento. "L'accordo - sottolinea il presidente di Confindustria Ceramica Alfonso Panzani - rappresenta un'importante tappa verso la realizzazione di un insieme di infrastrutture centrali per lo sviluppo dell'industria ceramica italiana", necessarie, prosegue Panzani, "per recuperare il gap di competitività con gli altri competitor europei".

Per quanto riguarda il Passante Nord, il ministero garantirà che l'Anas progetti l'opera: il 31 dicembre 2007 era la data entro la quale il Governo si impegnavano anche a verificare con la Ue la possibilità di considerare il nodo stradale di Bologna e il

nuovo Passante Nord un sistema unitario, affidando all'attuale concessionario dell'A14 (Autostrade per l'Italia) la funzione di stazione appaltante e di gestione della nuova infrastruttura. In questo modo l'intera carreggiata verrà utilizzata con funzioni urbane-metropolitane. Il ministero si impegna inoltre a trovare le risorse per finanziare la variante di Rastignano (57,23 milioni di euro, di cui 7,23 già previsti a carico di Tav) mentre il nodo di Casalecchio - connesso a quello di Bologna - sarà completamente finanziato all'interno dell'atto aggiuntivo fra Anas e Autostrade per l'Italia.

L'atto ha previsto inoltre l'impegno di Anas a iniziare entro il 29 febbraio 2008 le procedure per la realizzazione della tratta E55 (Nuova Romea) da Ravenna a Mestre mentre la Regione farà la sua parte dando in tempi brevi i pareri che le competono



no. In attesa della trasformazione dell'E45 in autostrada, l'accordo prevede di garantire la sicurezza dell'attuale superstrada con interventi di adeguamento funzionale. È necessaria inoltre la messa in sicurezza della superstrada Ferrara-Mare (anche in relazione alla realizzazione dell'autostrada regionale Cispadana) che Governo e Regione stanno valutando di trasformare in autostrada, con l'introduzione del pedaggio.

Sempre nell'ambito dei collegamenti che portano sulla Riviera, il Governo e la Regione hanno messo nell'elenco delle priorità la realizzazione dell'intero asse che va da Cattolica a Ferrara (per un costo complessivo di oltre 500 milioni di euro): la possibilità che si sta valutando è quella di realizzare la variante alla SS 16 nel tratto Rimini Nord al confine con le Marche e parallela all'autostrada A14. Infine, sono previsti interventi sulla via Emilia per i tratti ancora da riqualificare e per cui si procederà con la firma entro il 31 maggio 2008 di uno specifico accordo ricognitivo e attuativo.

Un importante intervento è in programma anche nel porto di Ravenna, in cui è necessario un approfondimento dei fondali del Canale Candiano per portarli a meno 14,50

metri fino a Largo Trattaroli e adeguarli così ai moderni vettori porta-container. Un investimento fondamentale – per la cui realizzazione Governo e Regione si impegnano a trovare le risorse – da cui trarrà beneficio il distretto sassolese che vede nel porto di Ravenna il principale attracco per le materie prime utilizzate dall'industria ceramica regionale.

Sul fronte ferroviario, l'accordo interessa il corridoio TiBre (Tirreno Brennero), in cui si procederà al raddoppio della Pontremolese: sulla tratta Solignano-Osteriazza l'avvio dei lavori preliminari di bonifica degli ordigni bellici risale allo scorso gennaio, mentre i cantieri per la costruzione del tratto scoperto e di quello in galleria inizieranno rispettivamente entro maggio 2008 e entro febbraio 2009. Sempre in relazione al corridoio Tibre (sia autostradale che ferroviario) il Governo e la Regione concordano sulla necessità di concludere l'infrastruttura ferroviaria dello scalo all'Interporto di Parma. Verranno inoltre effettuati interventi di riqualificazione ed elettrificazione sulla linea Parma-Suzzara-Poggio Rusco.

L'accordo prevede inoltre interventi sul Sistema ferroviario metropolitano bolognese. Il Comune di Bologna, in

quanto soggetto attuatore del progetto della metrotranvia, ha consegnato in gennaio il progetto definitivo al ministero delle Infrastrutture, e il Governo – sottoscritto l'accordo già siglato da Regione, Provincia, Comune di Bologna e Gruppo Fs – si è impegnato a confermare in via definitiva l'assegnazione fatta dal Cipe nell'aprile 2007 di 7,9 milioni di euro per 15 anni per il primo lotto funzionale dell'intervento. Proprio alla fine di gennaio è quindi giunta la notizia del via libera del Cipe, con il relativo stanziamento di 120 milioni per il primo lotto, tratta Fiera Michelino-Stazione. Questo ulteriore finanziamento va ad aggiungersi ai 90 già stanziati dall'ente in precedenza, coprendo così il 70% del costo complessivo del progetto. Il Governo e la Regione concordano sulla necessità di un'integrazione finanziaria anche per la copertura del 70% del costo del secondo lotto della prima tratta (fino all'Ospedale Maggiore).

Sempre sul fronte ferroviario è stato confermato il progetto di realizzazione del trasporto rapido costiero dalla stazione di Rimini alla stazione di Riccione, approvato dal Cipe nel 2006 e con un costo di 92,05 milioni interamente finanziato per la parte lavori ■

IL CASO

Una boccata d'ossigeno per un nodo autostradale congestionato da code e rallentamenti **A14, la terza corsia dinamica apre in anticipo**

Con un anticipo di ben sette mesi sui tempi contrattuali, Autostrade per l'Italia ha inaugurato lo scorso 16 gennaio la nuova terza corsia dinamica, una striscia d'asfalto lunga 14 chilometri che attraversa il capoluogo sulla A14 da Borgo Panigale a San Lazzaro. "L'obiettivo dell'opera – ha sottolineato l'amministratore delegato di Autostrade per l'Italia Giovanni Castellucci – è quello di aumentare le capacità dell'autostrada nelle ore di punta e limitare drasticamente code e incolonnamenti. Ci aspettiamo un sostanziale miglioramento sia dei tempi di percorrenza che dei livelli di emissione

dei gas di scarico nell'atmosfera". La nuova corsia è costata ad Autostrade 203 milioni di euro, e permetterà di rendere più fluido, per alcuni anni, il traffico in uno dei nodi più intasati della rete autostradale: l'essere "dinamica" significa che a seconda delle circostanze può essere utilizzata come corsia di marcia in condizioni di traffico intenso oppure come corsia d'emergenza, quando le auto e i tir trovano situazioni di traffico scorrevoli. Ad indirizzare il traffico su ciascuna carreggiata è un sistema integrato di 45 pannelli a messaggio variabile piazzati sulla A14, sulla tangenziale e sugli incroci con

la viabilità urbana. In sostanza, sia in caso di traffico che di incidente – come tra l'altro è successo la mattina dell'inaugurazione con un camion che ha perso una ruota dopo aver forato – si passa immediatamente da tre a due corsie. Su questo tratto – secondo i dati di Autostrade per l'Italia – transitano ogni giorno 80 mila veicoli che si sommano ai 150 mila sulla tangenziale di Bologna e secondo l'a.d. "lo snellimento permetterà nel corso del 2008 di abbassare del 20% il numero delle ore perse degli automobilisti in code o rallentamenti, che ad oggi ammonzano a 10 milioni.

Insomma, la terza corsia – realizzata assieme a una galleria, otto rotatorie e nove km di barriere antirumore e inserita in un pacchetto di lavori previsti in Emilia-Romagna per un totale che supera i sei miliardi di investimenti – dovrebbe snellire il nodo anche se si tratta di una soluzione temporanea. Aspi, assieme ad Anas e Governo, attende infatti il responso della Ue sulla costruzione del Passante Nord per il quale – ha spiegato Castellucci – "sono pronti ulteriori fondi, da reperire tra i due miliardi a disposizione di opere da identificare con il ministero delle Infrastrutture" ■

di Veronica Cipriano

Siglato lo scorso dicembre l'accordo con il Governo per stabilire le opere prioritarie

Un taglio alle procedure per stare al passo con l'Ue

C'è una piena condivisione tra Regione e Confindustria nel definire quali sono le priorità infrastrutturali di cui ha bisogno il territorio: Passante Nord, corridoio stradale e ferroviario TiBre, la Cispadana, la bretella Campogalliano-Sassuolo, la E45-E55. Sono queste le opere – e sono solo le principali – di cui abbiamo bisogno per recuperare il profondo gap che ci fa perdere terreno in competitività rispetto ai nostri competitor europei. Regione e imprenditori sono anche d'accordo su quali sono le strategie da mettere in atto per recuperare il

Il presidente Errani: "Guardare oltre i propri confini e ragionare in termini di interconnessioni"

ritardo: velocizzare le procedure per la realizzazione delle opere, sfruttare di più e meglio i nuovi strumenti finanziari e raggiungere un'ampia condivisione territoriale attorno a obiettivi comuni.

Insomma, un confronto più che positivo quello emerso durante il convegno "Connessioni per il futuro. Mobilità, logistica, infrastrutture", organizzato da Confindustria Emilia-Romagna, che si è svolto lo scorso 21 gennaio nella sede dell'Interporto di Bologna. Un incontro denso attorno al tema dell'importanza delle infrastrutture per la competitività della Regione che ha radunato nomi importanti del mondo economico e istituzionale regionale e nazionale: tra questi, il presidente della Regione Emilia-Romagna Vasco Errani, la presidente di Confindustria Emilia Romagna Anna Maria Artoni, Emma Marcegaglia, vicepresidente di Confindustria per le Politiche industriali e ambientali, Gianfranco Levoni, amministratore di Saima Avandero e Giovanni Castellucci, ad di Società Autostrade Spa.

"In Italia abbiamo bisogno di fare una notevole puntualizzazione per quanto riguarda le priorità infrastrutturali e bisogna puntare sulle grandi connessioni", ha sottolineato Errani durante una tavola rotonda con la Artoni. "Per quanto riguarda l'Emilia-Romagna, abbiamo già definito le priorità e abbiamo stabilito assieme al Governo tempi e forme di finanziamento: questo accordo ci consente di semplificare le procedure, definire date certe per gli impegni e di avere maggiori garanzie per quanto riguarda la copertura finanziaria degli interventi. Abbiamo anche concordato l'avvio di un tavolo periodico di monitoraggio in merito all'applicazione dell'intesa". Ma per portare a casa i risultati, precisa Errani, "non si può prescindere dal confronto con il territorio, con enti locali e imprese. In questa direzione dobbiamo però fare un salto di qualità, dobbiamo diffondere la consapevolezza che stiamo lavorando per tutto il territorio. Occorre infatti superare le frammentazioni – come avviene ad esempio con gli interporti – e ragionare in termini di sistema di interconnessioni: ed è quello che stiamo cercando di fare guardando alla logistica di tutta la regione e a come collegarci strategicamente con le altre regioni circostanti. In questa ottica le realtà locali non possono continuare a guardare solo dentro ai confini del proprio territorio".

"L'intesa tra Governo e Regione sulle infrastrutture dell'Emilia-Romagna – ha sottolineato dal canto suo Anna Maria Artoni – è un importante segnale di attenzione rispetto alle pressanti esigenze di dotare il nostro territorio di una rete infrastrutturale moderna e adeguata alle sfide competitive che il sistema produttivo sta affrontando". La Artoni esprime inoltre soddisfazione perché "le priorità indicate nell'accordo coincidono

con quelle da tempo indicate dal mondo industriale e da esso attese". Confindustria è certa che finalmente sia stata posta "una base utile a sciogliere il nodo delle risorse finanziarie necessarie a queste opere, sia attraverso l'impegno diretto del Governo e della Regione, sia attraverso il ricorso ai più moderni strumenti finanziari messi a disposizione dal mercato".

Insomma, la parola d'ordine è sinergia, e su questo c'è totale accordo: occorre considerare il territorio dell'Emilia-Romagna come un unico sistema logistico in modo da realizzare sinergie, concentrare massa critica ed evitare dispersioni di risorse. Le sinergie vanno ricercate tra i soggetti presenti sul territorio: in particolare tra l'Interporto di Bologna, l'aeroporto di Bologna, i nodi logistici di Modena, Parma e Piacenza, il Porto di Ravenna e il territorio della Romagna. Pur sottolineando un eccesso di campanilismo, Confindustria apprezza gli sforzi della Regione di creare un'ottica di sistema: "La Regione sta guardando al territorio come sistema



di interconnessioni da realizzare per aumentare la competitività, e la sua collaborazione è molto importante per le imprese”, ha sottolineato la Artoni. “È vero infatti che se oggi siamo così competitivi, con una forte propensione all'export, è anche grazie alla Regione che ha investito in istruzione e formazione, ricerca e innovazione. Le capacità intellettuali però non bastano, occorrono anche le connessioni fisiche per essere competitivi: per questo gli enti pubblici hanno bisogno di regole nuove che non rimandino il progetto all'infinito”.

Ad allungare i tempi di realizzazione delle opere, infatti, incide anche la legislazione nazionale in materia di appalti, per cui – come ha sottolineato il presidente di Ance Emilia-Romagna Gabriele Buia – solo per realizzare le tre fasi di progettazione l'ente pubblico impiega 6 anni, a cui si aggiungono altri 180 giorni per arrivare al bando mentre per la fase di gara occorrono 430 giorni. In sostanza, la strada, linea ferroviaria o autostrada che sia, è pronta dopo almeno otto anni e quindi è già un'opera vecchia che rischia di non intercettare più i bisogni del territorio. Oltre tutto le farraginose regole burocratiche rischiano di inibire gli investimenti privati: basti pensare a quante volte è cambiata la Legge Merloni, la legge quadro del 1994 in materia di lavori pubblici. Per risolvere il problema Confindustria pro-

mette a breve una proposta, come ha sottolineato Emma Marcegaglia: “Stiamo elaborando un progetto che riguarda la revisione delle regole alla base dei meccanismi delle procedure di realizzazione delle opere pubbliche: dai bandi alle conferenze dei servizi fino alle tematiche ambientali”. Nonostante una legislazione inefficiente, la Regione prosegue a pieno ritmo negli investimenti infrastrutturali e nelle interconnessioni sia nel territorio sia con le regioni limitrofe. A sottolinearlo è Alfredo Peri, assessore regionale Mobilità e trasporti: “Innanzitutto stiamo rendendo più

efficienti le infrastrutture che già ci sono, per ridurre la congestione del traffico. Il secondo asse strategico è portare a compimento le nuove infrastrutture: per questo ci stiamo confrontando con il territorio cercando di rendere evidenti le convergenze di interessi. Dobbiamo diffondere l'idea che l'Emilia-Romagna è un unico grande sistema logistico e che non possiamo semplicemente sommare le singole richieste dei territori: inevitabilmente occorre una mediazione ma di cui avremo beneficio tutti in termini di competitività” ■

LA STRATEGIA

Confindustria presenta il proprio pacchetto di proposte **Lo sviluppo non può attendere**

Dalle strade alle autostrade, dalle ferrovie ai porti agli interporti e alle connessioni tra i principali nodi, sono diverse le opere infrastrutturali che mancano in Emilia-Romagna e Confindustria fa il punto sulle priorità (includendo anche quelle in corso di realizzazione) con un pacchetto di proposte che trova ampia condivisione da parte della Regione.

Gli industriali hanno diviso il territorio in quattro macroaree sovra provinciali la cui sinergia è strategica: Parma e Piacenza; Modena e Reggio Emilia; Bologna e Ferrara; Romagna (Forlì-Cesena, Rimini e Ravenna).

Nell'area Parma e Piacenza diventa sempre più urgente la realizzazione del corridoio plurimodale Ti-Bre che comprende una parte su ferro (realizzazione del collegamento ferroviario verso la linea tirrenica con il raddoppio della Pontremolese) e una su strada (prolungamento dell'Autocisa verso la A22); Confindustria propone inoltre di realizzare un collegamento tra l'Interporto di Parma e Piacenza, valorizzando il ruolo dei due centri intermodali come collegamento verso il Tirreno (Parma-La Spezia e Piacenza-Genova), creare una connessione rapida con l'aeroporto di Linate e l'infrastrutturazione del polo ferroviario di Piacenza come area merci. Passando da Modena e Reggio, il sistema produttivo locale attende da anni la bretella autostradale Campogalliano-Sassuolo; occorre inoltre attivare lo scalo merci ferroviario di



Marzaglia e realizzare il collegamento ferroviario Marzaglia-Dinazzano.

Tra Bologna e Ferrara si attende il Passante Nord (inserito nel quadro di interventi già previsti o in corso che riguardano anche il sistema tangenziale), la realizzazione della metropolitana di Bologna, la Cispadana, la cui gara si è conclusa nel 2007 con la modalità di project financing e che dovrà collegare il casello di Reggiolo-Rolo sulla A22 al casello di Ferrara Sud sulla A13 e la realizzazione della E55. Quest'ultima opera interessa anche la Romagna che vedrebbe collegata Ravenna a Mestre; Confindustria propone inoltre di creare un unico polo logistico intermodale con sede al porto di Ravenna – in cui è indispensabile approfondire i fondali – e collegato alla E45-E55 verso Orte e verso Venezia. In quest'area una delle proposte riguarda lo sviluppo di un polo aeroportuale con l'integrazione di Rimini e Forlì ■



di Elena Turrini



Sotto, Alfredo Peri
assessore regionale
alla Mobilità
e Trasporti

Opere pubbliche: sempre più importante il ruolo dei capitali privati

Project financing Luci ed ombre



Ma la nuova forma
di finanziamento
stenta a decollare,
a causa del peso
della burocrazia

Gli enti pubblici dell'Emilia-Romagna chiedono sempre di più l'apporto di capitali privati per la realizzazione delle infrastrutture: il problema è che i progetti faticano ad arrivare a compimento per le lungaggini delle procedure burocratiche. Che l'interesse per queste nuove

forme di finanziamento sia crescente lo dimostrano i dati del Rapporto sulla programmazione dei lavori pubblici elaborato dalla divisione Quasap di Nuova Quasco, società consortile partecipata dalla Regione e da altri enti locali regionali: nella programmazione

2006-2008 sono 532 le opere per la cui realizzazione gli enti prevedono il contributo di privati - con una crescita del 30,1% rispetto alla programmazione 2005-2007 - e cresce del 31,3% anche il relativo importo, arrivando a quota 1.179,66 milioni di euro.

Di contro diminuisce l'incidenza del

capitale privato, che subisce un calo passando dal 95,6% al 77,4%: un dato tutt'altro che negativo, sottolineano dall'Osservatorio regionale sui lavori pubblici della Regione: "Se scala l'investimento privato significa che però aumenta quello pubblico. Le pubbliche amministrazioni credono sempre di più in questi strumenti e stanno trovando un punto di equilibrio a livello di mercato: hanno capito che per attrarre investitori privati occorre rendere appetibile l'opera mettendo nel piatto maggiori risorse pubbliche".

Se da un lato la volontà non manca, a frenare la piena diffusione del partenariato pubblico privato sono le procedure burocratiche complesse, che impongono tempi lunghi e una scarsa chiarezza sulle competenze. La voce project financing - ovvero la modalità per cui l'ente emana un avviso e i privati (promotori) presentano i progetti preliminari poi valutati e giudicati con una gara - rimane infatti invariata: 83 interventi previsti nella programmazione 2005-2007 e 85 tra il 2006-2008. Gli altri interventi per il triennio in corso si

dividono tra la modalità di concessione di costruzione e gestione (56), la sponsorizzazione (54) e altre forme di partenariato pubblico-privato (337). Nel 2006 sono stati soltanto quattro i bandi per l'affidamento di lavori con il sistema del project financing per un importo di poco superiore ai nove milioni di euro; nel 2005 i bandi sono stati tre, per complessivi 68,5 milioni. Sempre più risicati gli affidamenti veri e propri: nel 2006 solo uno, un centro servizi per anziani a Copparo, nel ferrarese.

Le opere previste in programma non riescono ad arrivare alla realizzazione per le complesse procedure previste dalla legislazione e la conseguenza sono gare a cui alla fine le imprese non si presentano: i continui interventi nazionali e comunitari degli ultimi anni - sia di tipo normativo che interpretativo - rendono difficoltoso il formarsi di una competenza solida da parte dei soggetti fruitori di questo strumento. "Sia per gli enti che per le imprese la finanza di progetto rimane ancora uno strumento difficile da utilizzare", spiegano i tec-

nici di Nuova Quasco. L'operazione è complicata per gli enti locali che spesso non hanno queste competenze specifiche e per aiutarli la Regione ha istituito l'Osservatorio regionale sulla diffusione della finanza di progetto: tra gli obiettivi, dare assistenza tecnica agli amministratori locali nell'elaborare i piani economico-finanziari delle iniziative che si vogliono realizzare con la finanza di progetto e a valutare i progetti presentati dai promotori. "Per l'impresa partecipare a progetti di questo tipo significa innanzitutto dotarsi di un gruppo di lavoro specifico composto da progettisti, costruttori, consulenti e soprattutto avere solidi contatti con le banche per finanziare l'opera. A questo si aggiungono i tempi burocratici che dilatano in anni il tempo che trascorre dall'avviso all'aggiudicazione dei lavori".

In effetti, i tempi sono quelli che sono e incidono sulla realizzazione: basti pensare che la Cispadana – la prima autostrada regionale che si realizzerà in project financing – ha avuto il via libera dall'Assemblea legislativa nel luglio 2006, con l'approvazione del Programma per la realizzazione delle autostrade regionali. Il primo agosto 2006 è stato emanato l'avviso indicativo e quasi un anno dopo, nel luglio 2007, la Giunta regionale ha dichiarato il pubblico interesse della proposta presentata dal gruppo di imprese guidate da Autostrada del Brennero. Ora la Regione vive la fase della consultazione con i territori interessati, a cui seguirà l'approvazione dei progetti preliminari e l'emanazione del bando per la gara pubblica di affidamento della concessione di costruzione e gestione dell'autostrada.

"Con la Cispadana – ha dichiarato l'assessore regionale Alfredo Peri – abbiamo sperimentato una strategia di realizzazione condivisa con i territori. Da questa fase emergono delle fragilità: la frammentazione del sistema di imprese che partecipano ma anche un eccessivo campanilismo dei territori. Quello di cui abbiamo bisogno è una sintesi, una mediazione da fare assieme a tutti i soggetti coinvolti". Per diffondere maggiormente tra gli enti la cultura

Alfredo Bertelli, sottosegretario alla presidenza della Giunta regionale

"Il partenariato è un'opportunità di crescita, non solo un modo per reperire risorse"

Il partenariato pubblico-privato nella realizzazione delle opere pubbliche cresce sempre di più, anche in Emilia-Romagna. Come interpreta la Regione questo fenomeno? "Rispetto alla crescita della domanda, molte sono le analisi ben dettagliate sulla finanza di progetto – sottolinea Alfredo Bertelli, sottosegretario alla presidenza della Giunta regionale – le quali concordano sulle ragioni dell'utilizzo dello strumento. In particolare, viene costantemente richiamata la mancanza di risorse da destinare, da parte della Pubblica amministrazione, alla realizzazione di opere finalizzate al soddisfacimento dei bisogni della collettività. Di conseguenza, l'attività degli enti risulta fortemente condizionata da problemi di contenimento della spesa e dai vincoli di bilancio".

Il partenariato pubblico-privato prenderà sempre più piede nei prossimi anni?

"Certamente, non solo in considerazione dei vincoli alla spesa pubblica, ma soprattutto delle opportunità di crescita che il ricorso a tali strumenti può determinare. In questa ottica deve essere vista l'azione di promozione che la Regione Emilia Romagna intende svolgere".

Però la finanza di progetto vera e propria (con promotori privati) non aumenta.

"In realtà il ricorso alla finanza di progetto si può ravvisare anche nelle forme diverse da quelle ad iniziativa del promotore privato, dal momento che il punto maggiormente caratterizzante non è tanto in chi assume l'iniziativa, quanto piuttosto nella possibilità di realizzare un determinato intervento ricorrendo alla provvista finanziaria dei privati. Ciò

posto, è senz'altro vero che la possibilità di arrivare alla conclusione di tali contratti, partendo dall'iniziativa del privato che assume la veste di promotore, costituisce una possibilità estremamente importante che sarebbe opportuno incrementare".

Quali per le Amministrazioni le difficoltà del project financing?

"L'eterogeneità delle competenze richieste, il rispetto delle condizioni economico-finanziarie che consentono la realizzazione dei singoli interventi, il rapporto tra Amministrazione e i diversi soggetti privati e, più in generale, le norme che lo regolano. Gli aspetti di criticità sono indice anche di una difficoltà di relazione tra soggetto pubblico e privato. La possibilità di una sinergia tra i capitali pubblici e privati per la realizzazione di opere pubbliche passa attraverso un miglioramento del rapporto tra i diversi soggetti, eliminando per quanto possibile gli elementi che determinano uno stato di incertezza, come ad esempio le procedure, il rispetto dei tempi, la programmazione, la valutazione delle proposte, l'asseverazione, il sistema di finanziamento. In ogni caso, il percorso normativo nel Paese evidenzia la volontà di creare un ponte di congiunzione tra pubblico e privato, dettato dalla necessità di reperire maggiori risorse per la realizzazione di opere pubbliche, ma anche dalla consapevolezza crescente del valore della concertazione per un miglior sviluppo e per una più elevata qualità della vita che ne può derivare" ■



della finanza di progetto, Confindustria propone di costituire una task force composta da esperti in project financing per sollecitare la valutazione tecnico-economica da parte delle amministrazioni e la creazione di un fondo chiuso regionale dedicato agli investimenti infrastrutturali in cui far confluire investimenti pubblici-privati (Fondazioni bancarie, Regione, Cassa Depositi e Prestiti) ■

Nel riquadro,
Alfredo Bertelli,
sottosegretario alla presidenza
della Giunta regionale
Emilia-Romagna

di Veronica Cipriano

L'azienda tedesca, specializzata in protesi, sceglie il distretto ortopedico emiliano **Ottobock, una sfida contro la disabilità**

La storia di Oscar Pistorius – il quattrocentista sudafricano che corre con due protesi fissate sotto il ginocchio e che non può partecipare alle Olimpiadi di Pechino 2008 perché sarebbe avvantaggiato rispetto agli altri corridori – ha riportato alla ribalta della cronaca la storia di molti atleti che sfidano gli handicap fisici in nome della passione per lo sport. Prima ancora che per lo sport, vivere senza una gamba o un braccio è la sfida di chi viene colpito dalla guerra: ed è proprio per ridare una

speranza alle vittime dei combattimenti che, durante la Prima guerra Mondiale, nasce in Germania la Otto Bock – oggi specializzata nella produzione di protesi d'arto inferiore e superiore, ortesi, carrozzine e sistemi di postura – che ha deciso di insediare in Emilia-Romagna uno dei suoi stabilimenti produttivi. Nel 1919 un tecnico ortopedico berlinese di nome Otto Bock fondò un'azienda che avrebbe fornito a migliaia di vittime di guerra dei dispositivi protesici e ortesici. La vasta richiesta spronò il fondatore a velocizzare i metodi tradizionali di produzione artigianale e iniziò così la produzione in serie.

Nel 1968 l'azienda decise di fondare a Bologna la sua prima sede italiana, trasferita poi a Budrio nel 1986 per avvicinarsi al Centro Protesi Inail di Vigoroso. Perché l'Emilia-Romagna? Per la nascita e lo sviluppo nel bolognese di un distretto ortopedico che è diventato un

comparto d'eccellenza del settore sanitario italiano. "Fin dalla nascita della tecnica ortopedica nell'immediato primo dopoguerra, Bologna e il suo territorio, grazie in particolare alla presenza delle Officine Ortopediche Rizzoli, hanno ospitato quello che è diventato l'attuale polo ortopedico italiano", spiega Alessandro Coppi, amministratore delegato di Otto Bock Italia. Oggi la multinazionale è presente in 40 paesi del mondo, con un organico di oltre 3.700 persone e un fatturato da 350 milioni di euro. In Emilia-Romagna conta oltre 70 dipendenti e, oltre allo stabilimento produttivo, a Budrio è presente il Competence Centre, destinato alla prova pratica degli ausili e all'approfondimento delle caratteristiche tecniche dei prodotti da parte dei pazienti, nonché a corsi di formazione e seminari di aggiornamento rivolti a fisioterapisti e tecnici ortopedici e fisioterapisti ■



ERMES Imprese

Informazione e servizi per l'economia dell'Emilia-Romagna

Regione Emilia Romagna

PRONTO ECONOMIA

Su ermesimprese.it tutte le news dal mondo dell'imprenditoria e delle associazioni di categoria, tutti i finanziamenti per le imprese dell'Emilia-Romagna, le informazioni per accedervi e la modulistica scaricabile

www.ermesimprese.it

Pubb

di Silvia Saracino

Dalla semplice promozione all'accompagnamento delle aziende nei mercati esteri

Internazionalizzazione La nuova strategia

Aggregazioni di imprese e partenariato con soggetti pubblici locali, il tutto concentrato soprattutto nel settore della meccanica e verso l'area dei paesi Bricst (Brasile, Russia, India, Cina, Sudafrica, Turchia). Sono questi i punti chiave della ricetta per le politiche di internazionalizzazione che la Regione metterà in atto nei prossimi tre anni. Più in generale, a livello di strategia, si consolida un cambiamento: il passaggio dalla semplice promozione all'estero della regione e delle filiere produttive all'azione più difficile di accom-

pagamento delle imprese nei mercati esteri, attuabile solo grazie a una sufficiente dimensione aziendale e a una sorta di "diplomazia economica", ovvero stringere contatti, alleanze e partnership con i soggetti pubblici. Solo così si possono spalancare le porte dei paesi emergenti anche alle piccole e medie imprese emiliano-romagnole, e non solo ai grandi gruppi. A disposizione, per sostenere l'export e l'internazionalizzazione delle imprese, ci sono 9 milioni di euro l'anno, divisi tra promozione all'estero tramite la rete Sprint-er, interventi a vantaggio del sistema fieristico e bandi per consorzi export e imprese in forma aggregata che vogliono conquistare i mercati.

pagamento di questa filiera a livello nazionale (93,3 miliardi). Il focus sulla meccanica si coniuga con l'obiettivo Bricst e dà luogo alla "Piattaforma per la meccanica": l'obiettivo è quello di fornire alle imprese e ai loro subfornitori la possibilità di partecipare ad incontri con esperti, eventi "business to business" con imprese internazionali e buyers, partecipazione a fiere di settore.

In particolare, la "Piattaforma per la meccanica" prevede azioni

Sprint-er, fiere e consorzi export
Si punterà su meccanica e Paesi "Bricst"



Esportazioni Emilia-Romagna: confronto III trimestre 2007 e 2006. Quote di esportazioni regionali per area e Paese di destinazione

TERRITORIO	AFRICA	Sudafrica	AMERICA	Brasile	ASIA	India	Asia orientale	Cina	UE 27	UEM13
2007 - III trim.	1.341.725.831	215.770.451	4.486.791.598	262.192.570	4.001.409.138	294.341.888	2.076.445.779	507.091.264	20.131.277.828	14.687.942.070
	3,92%	0,63%	13,12%	0,77%	11,70%	0,86%	6,07%	1,48%	58,86%	42,94%
2006 - III trim.	1.093.251.492	166.638.531	4.241.634.919	206.035.748	3.447.093.514	202.630.517	1.885.824.553	458.546.099	17.637.039.450	13.047.626.140
	3,63%	0,55%	14,06%	0,68%	11,43%	0,67%	6,25%	1,52%	58,48%	43,26%
Var. % 2007-2006	22,7	29,5	5,8	27,3	16,1	45,3	10,1	10,6	14,1	12,6

mirate sul mercato cinese, in India e in Russia. Le iniziative vedranno coinvolti i soggetti istituzionali ed economici del territorio: la Regione, il sistema camerale, le associazioni degli industriali, Sace, Simest, Istituto per il commercio con l'estero.

Affinché queste strategie siano efficaci, consigliano gli addetti ai lavori, le piccole imprese devono partecipare in forma aggregata, per superare il gap dimensionale sui principali mercati emergenti. E questo perché i Bricst sono anche i Paesi in cui è più difficile entrare per le nostre aziende della meccanica: primo, perché le piccole aziende si trovano a dover affrontare grandi multinazionali e, secondo, perché sono Paesi che necessitano di una conoscenza approfondita del contesto per operarvi. Vendere un prodotto in Cina

o in Turchia è molto più complesso che venderlo in Germania o negli Usa: comporta una competenza più elevata per gestire tutte le fasi dal ciclo produttivo, dalla vendita all'assistenza tecnica al trasporto.

Per quanto riguarda l'aggregazione delle imprese, la Regione sta ottenendo ottimi risultati con i due bandi per i consorzi export (aggregazioni permanenti di aziende) e per aggregazioni temporanee di imprese (Ati): nel 2007 si sono aggregate 1.382 Pmi attraverso 32 consorzi export e 55 progetti di Ati per un totale di 443 imprese aggregate. In sostanza, a fronte di 8.000 imprese che esportano, circa un ottavo riceve ogni anno contributi con un tasso costante di ricambio delle imprese che partecipano, dimostrando un interesse diffuso.

Principali province esportatrici - Ottobre 2007

(valori in milioni di Euro, variazioni e composizioni percentuali)

	2.006	2007	Var. %
Milano	3.692	4.248	15,1
Torino	1.589	1.797	13,1
Vicenza	1.235	1.389	12,5
Brescia	1.139	1.316	15,5
Bergamo	1.140	1.202	5,5
Bologna	986	1.056	7,1
Modena	847	1.023	20,7
Treviso	983	959	-2,4
Verona	780	832	6,7
Roma	588	809	37,6
Varese	817	808	-1,0
Padova	695	784	12,9
Reggio nell'Emilia	583	705	20,8
Firenze	707	685	-3,1
Cuneo	581	645	10,9
Siracusa	384	543	41,5
Napoli	445	530	19,2
Mantova	434	519	19,6
Como	447	510	14,0
Udine	474	499	5,3
Altre province	12.589	13.947	10,8
Italia	31.135	34.807	11,8

I NUMERI

Per lo Sportello, in archivio un 2007 di intensa attività Oltre 2.500 le imprese coinvolte

È stato un 2007 molto intenso per Sprinter, con un consuntivo di 122 eventi organizzati: 52 tra workshop, forum, eventi promozionali, convegni di formazione e cicli seminariali; 30 partecipazioni a fiere; 12 missioni in entrata e 19 in uscita; 25 eventi istituzionali; partenariati territoriali in Europa e in Asia; tavoli paese su India, Brasile e Turchia. Sono 500 le imprese che nel 2007 hanno usufruito di servizi all'estero e oltre 2500 imprese sono state coinvolte nell'animazione territoriale (partecipazione a momenti seminariali e di formazione).

In particolare, congiuntamente con il sistema camerale a livello regionale sono stati realizzati due appuntamenti sulle politiche di internazionalizzazione (il convegno del 23 gennaio e il forum del 25 luglio), gli incontri di coordinamento e di formazione, i tavoli Paese India, Brasile e Turchia, l'evento sulla Russia, il ciclo di 17 seminari formativi realizzati in tutte le Camere di commercio (concentrati su Cina e India). Sono stati consolidati i partenariati territoriali in Europa con le Regioni di Stoccolma, Wallonie e la municipalità di Leipzig; in Asia con Singapore, lo

Stato Indiano dell'Haryana, in Cina con le province dello Zehijiang, del Guandong e di Liaoning, in Turchia con le province di Smirne e Adana.

I settori di maggiore intervento sono stati quello agroindustriale (13%), i partenariati internazionali (13%), la meccanica (9%), la R&S (9%), l'automotive (7%), la moda (6%), abitare e costruire (4%), salute e benessere (4%). Gli altri eventi sono stati trasversali ai settori o istituzionali.

Per quanto riguarda i Paesi target, le azioni si sono concentrate soprattutto in Cina (18% degli eventi), Russia (15%), Germania (7%), Usa (5%), Giappone (3%), altri (44%). Una delle novità principali del 2007 (con azioni che si svolgeranno anche nel 2008) è la presenza di progetti rivolti all'India, nell'ambito dell' "Anno dell'Italia in India" definito dal ministero del Commercio internazionale: aderendo all'iniziativa, l'Emilia-Romagna ha organizzato una serie di azioni che – trasversalmente ai settori – contribuiranno nei prossimi anni a consolidare i rapporti industriali e gli scambi commerciali, oltre che le relazioni politico-istituzionali ■



Fed. Russa	Turchia	OCEANIA	MONDO
1.235.731.881	573.560.864	445.114.554	34.202.893.580
3,61%	1,68%	1,30%	100,00%
1.028.691.530	595.802.986	407.580.405	30.158.122.049
3,41%	1,98%	1,35%	100,00%
20,1	-3,7	9,2	13,4



Tra le prime iniziative in programma per il 2008, la presentazione in ogni Sportello territoriale della piattaforma per la meccanica nei Paesi Bricst

Certamente influisce sui buoni risultati la capillarità di Sprint-er, che dall'inizio del 2007 ha attivato una rete di sportelli territoriali in ogni Camera di commercio: l'obiettivo è avvicinarsi di più alle imprese, soprattutto alle più piccole che hanno maggiori bisogni e sono più difficilmente intercettabili.

“L'azione regionale, attraverso i bandi e l'attività dello Sprint-er – afferma l'assessore regionale alle Attività produttive Duccio Campagnoli – è particolarmente importante perché permette di far convergere gli interventi dei diversi soggetti attraverso azioni sia sul territorio che sui mercati internazionali”.

In questo senso, Unioncamere conferma la propria piena collaborazione: “Anche nel 2008 il sistema camerale intende operare con un approccio sistemico in grado di ottimizzare le risorse, le competenze e i ruoli dei soggetti coinvolti nei progetti integrati di promozione e accompagnamento delle imprese nei principali mercati esteri di riferimento”, sottolinea il segretario generale Ugo Girardi. La capillarità di Sprint-er permette di “testare” direttamente sulle esigenze produttive locali, e in tempi rapidi, le politiche regionali per l'internazionalizzazione e di raggiungere anche le imprese più piccole che

non esportano e che quindi hanno bisogno di maggiore aiuto, con l'organizzazione di seminari e incontri formativi sparsi in tutto il territorio.

Tra le prime iniziative in programma per il 2008 c'è appunto un road show per presentare in ogni Sportello territoriale la piattaforma per la meccanica nei Paesi Bricst, che sarà anche un'occasione per illustrare alle aziende regionali le attività e i servizi della rete degli sportelli, coinvolgendo Ice, Sace e Simest e il sistema bancario. Successivamente verranno organizzati incontri di approfondimento sui vari Paesi, missioni commerciali e partecipazioni a fiere. Tra le iniziative, da ricordare la partecipazione a “Saudi Build 2008. Follow up 2009” nell'ambito del progetto “Abitare e costruire in Arabia Saudita”; lo scambio di spazi espositivi tra le fiere dell'Emilia-Romagna e quella di Taiwan e la promozione della partecipazione delle imprese regionali; l'identificazione di opportunità di partnership produttive con le aziende tedesche, con una visita in Emilia-Romagna di imprese di Lipsia e l'organizzazione di un “evento Bologna” a Lipsia; la realizzazione di seminari e un ciclo di formazione sulle opportunità del mercato cinese ■

IL CASO

La Regione promuove l'apertura di un Centro servizi nel Campus di Tongji Shanghai, punto di riferimento per la cooperazione industriale

La Regione Emilia-Romagna ha raggiunto un nuovo risultato nella cooperazione con Shanghai, confermando l'importanza del Paese del Dragone nelle politiche di internazionalizzazione e di sviluppo: l'assessore regionale alle Attività produttive Duccio Campagnoli ha sottoscritto l'accordo con la prestigiosa Università di Tongji per collocare nel Campus universitario sino-italiano le attività promosse dalla Regione Emilia-Romagna nel campo della cooperazione industriale Italia-Cina. Il polo sarà dedicato a rafforzare il rapporto tra le imprese emiliano-romagnole presenti nell'area di Shanghai e in Cina e l'Università di Tongji, per sviluppare attività di ricer-

ca tecnologica, acquisizione e formazione di risorse umane tra i giovani laureati cinesi. La stretta collaborazione rientra inoltre nel progetto di creazione di reti e partenariati produttivi recentemente siglato da Regione e Unindustria Bologna.

L'intesa è stata raggiunta durante una missione – che si è svolta a metà gennaio – in cui la Regione ha concluso un altro accordo di partenariato con la provincia di Zhejiang, l'area attorno a Shanghai divenuta la più sviluppata della tigre asiatica, dove sono insediate oltre 50 aziende emiliano-romagnole, una parte significativa rispetto alla presenza italiana in Cina nel suo complesso ■

Un progetto per la promozione delle eccellenze enogastronomiche regionali

“Deliziando” i palati Quelli degli stranieri

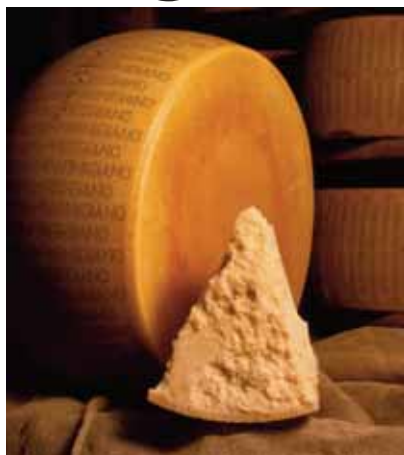
di Giuseppe Sangiorgi

È il nuovo biglietto da visita per far conoscere e promuovere sui mercati esteri le eccellenze enogastronomiche dell'Emilia-Romagna. Si chiama “Deliziando” il programma che vede per la prima volta riuniti, in unica “cabina di regia”, Regione Emilia-Romagna, Ice, Unioncamere regionale, i principali Consorzi di tutela, l'Enoteca regionale, il Centro Servizi Ortofrutticoli.

La tradizione e la qualità dei prodotti emiliano-romagnoli vanno in Europa con “Deliziando” e la sua immagine simbolo: un sole realizzato da un gioco grafico di sei forchettate incrociate che presenta al centro la sagoma della regione e sotto una fascia tricolore. All'innovativo logo si abbina lo slogan “Tradition & Quality: the legendary flavour of Emilia-Romagna - Tradizione e qualità: i leggendari sapori dell'Emilia-Romagna”, che accompagnerà le iniziative del programma di valorizzazione del “food and wine”.

Nel 2008 sono stati stanziati 1,2 milioni di euro dalla Regione e dall'Ice, cui si aggiungono i fondi e i servizi dalle Camere di commercio e di Unioncamere, e il cofinanziamento dei Consorzi e delle aziende che aderiscono ai singoli progetti-paese. Quattro le aree territoriali di intervento individuate: Regno Unito e Irlanda; Est Europa (Russia, Bulgaria, Polonia, Repubblica Ceca, Ungheria); Scandinavia (Finlandia, Svezia e Norvegia e Danimarca); Austria.

A confortare la scelta, le buone performance delle esportazioni dei prodotti agroalimentari emiliano-romagnoli, che sono in crescita da alcuni anni: più 3,5% nel 2004, più 4,3% nel 2005, più 9,4% nel 2006, mentre da gennaio a settembre 2007 l'aumento è stato del 5,7%. “Si tratta di una dinamica importante – sot-



tolinea l'assessore regionale all'agricoltura Tiberio Rabboni – che compensa una fase di stagnazione dei consumi interni. I nostri sono prodotti che vantano alta qualità, tipicità, distintività. La chiave per continuare a crescere è quella di una migliore organizzazione, tanto più a fronte di una struttura produttiva fatta soprattutto di piccole e medie imprese”. In quest'ottica è nato “Deliziando”, per sostenere l'internazionalizzazione delle aziende superando la frammentazione.

“La Regione Emilia-Romagna – spiega Roberto Lovato dirigente dell'area agroalimentare dell'Istituto per il commercio con l'estero – è leader in Italia nel settore agroalimentare. Mercati come Austria e Gran Bretagna sono ormai consolidati, ma si stanno aprendo interessanti prospettive nell'area scandinava, dove i prodotti italiani sono molto apprezzati per la loro qualità, e nell'est europeo, specie per l'ortofrutta”. In prospettiva, “Deliziando” potrebbe proiettarsi verso gli Stati Uniti e l'Asia: “L'Emilia-Romagna – ricorda Ugo Girardi, segretario generale di Unioncamere Emilia-Romagna – contribuisce per un sesto al totale dell'export nazionale in campo agroalimentare.

L'agroalimentare di qualità funziona da traino anche per il turismo: non a caso i Paesi che acquistano i nostri prodotti sono anche quelli che visitano di più l'Emilia-Romagna”.

Il debutto di “Deliziando” è avvenuto al Prodexpo, la più importante fiera di alimentari, bevande e di materie prime del settore che si è svolta a Mosca dall' 11 al 15 febbraio. A Prodexpo, nell'area istituzionale della Regione, oltre all'esposizione di prodotti e attività di divulgazione con buyer, opinion leader e giornalisti, ha funzionato un banco di assaggio. Oltre ad Enoteca e Consorzi, sono state presenti una ventina di aziende di vino, prosciutto, Parmigiano-reggiano e altri prodotti, coordinate da Unioncamere. Prossime iniziative del genere saranno svolte a Londra, Stoccolma, Sofia, Praga.

Il progetto prevede, fra l'altro, alcuni seminari di presentazione sulle opportunità di inserimento dei prodotti agroalimentari emiliano-romagnoli nei diversi Paesi. Nelle Camere di commercio di Parma e Forlì, i direttori degli uffici Ice di Varsavia, Budapest e Praga hanno illustrato alle imprese regionali ricerche di mercato sulle condizioni della domanda e della struttura del settore alimentare in Polonia, Ungheria e Repubblica Ceca. Sono state fornite inoltre indicazioni per l'approccio ai mercati, la documentazione per l'esportazione e le forme di pagamento, facendo riferimento ai cibi e ai vini più rappresentativi del territorio emiliano-romagnolo nell'Est Europa ■

“Legendary flavour of Emilia-Romagna”
Già stanziati
1,2 milioni di euro
da Regione e Ice

Sotto, il logo
Deliziando



di Veronica Cipriano

Presentato il calendario regionale: dalle "grandi classiche" alle innovazioni

Un 2008 in fiera

Gli eventi in agenda

Tanti big ormai consolidati – da Cersaie a Cosmoprof, da Cibus a Tecnargilla – ma anche alcune interessanti novità che si inseriscono in segmenti di mercato più ristretti: arredamenti per le imbarcazioni da diporto, olio extravergine d'oliva (e tutto ciò che serve per produrlo), pietre preziose e affini.

I quartieri fieristici dell'Emilia-Romagna sono già a pieno regime, e il calendario regionale preannuncia un 2008 ricco di appuntamenti, composto da 39 eventi nazionali e 47 internazionali: accanto ai grandi poli fieristici –

Bologna, Parma e Rimini in cui si concentra l'80% dell'attività fieristica internazionale della regione – anche Piacenza, Reggio Emilia, Cesena e Forlì si ritagliano uno spazio importante nel panorama internazionale con manifestazioni di nicchia. BolognaFiere mette in campo



un nutrito programma di eventi divisi nei vari settori di attività: costruzioni e architettura (ad esempio Cersaie, Saie e Saiespring), cultura e design (Arte Fiera Art First, Design on Board), bellezza e benessere (Cosmoprof, Sana), pelle e calzature

(Lineapelle), auto e industria (Research to Business, Autopromotec), alimentazione (Marca, So Fresh), servizi e altro (Fishing Show). Non manca inoltre un programma di manifestazioni organizzate all'estero: tra queste, Cosmoprof Shanghai, Egypt Stone Event (Il Cairo), Seebe South East Europe Belgrade Building Exhibition (Belgrado). Tra le novità di quest'anno, la nuova manifestazione "mobile" Link.it e Link.fr, la prima fiera interamente dedicata al pronto moda di alta gamma, mobile perché si sviluppa sull'asse Bologna-Parigi, collocandosi come tappa intermedia tra le presentazioni di Firenze e le sfilate di Milano e Parigi.

Spostandosi nel parmense, Fiere di Parma promette un'edizione da non perdere per Cibus, la biennale internazionale dedicata all'alimentazione. "Il 2008 – sottolinea il presidente di Fiere di Parma Franco Boni – sarà l'anno all'insegna di Cibus, appuntamento che dal 1985 è tappa irrinunciabile per chi, nel mondo,

Cresce la vocazione internazionale delle manifestazioni, soprattutto a Rimini, Bologna e Parma

IL PROGETTO

L'ente inaugura la propria sede in Cina

Qui Shanghai, BolognaFiere risponde

Le fiere emiliano-romagnole consolidano la propria presenza in Cina grazie alla nuova sede di BolognaFiere, inaugurata a Shanghai all'inizio dell'anno dall'assessore regionale alle Attività produttive Duccio Campagnoli e dal presidente di BolognaFiere China Mauro Malfatti. "Bologna Fiere, con l'attività svolta in questi ultimi anni dal Centro Servizi, creato in comune, è ormai divenuto il principale operatore fieristico italiano in Cina", hanno ricordato Campagnoli e Malfatti.

Un importante passo in più del sistema

fieristico italiano all'estero: "Se è interessante la notizia della joint venture di Fiera Milano (al 49%) con le fiere tedesche, è ancora più importante questa diretta presenza fieristica italiana assicurata da Bologna Fiere in Cina". Nella nuova è più grande sede saranno presenti anche Fiere Parma e Rimini Fiera, assieme ai tour operator emiliano-romagnoli – anch'essi i primi operatori turistici italiani in Cina – e continuerà a operare un punto di informazione e assistenza per le imprese regionali interessate e impegnate nei rapporti con la Cina ■



voglia parlare italiano in cucina. E un anno anche all'insegna dell'internazionalizzazione dell'Italian Food, non solo a Parma, ma anche a Mosca e Shanghai". Grazie all'accordo tra Verona Fiere e Fiere di Parma, volto a promuovere il made in Italy nei mercati esteri, Cibus è anche Vinitaly, Cibus Russia e Vinitaly Cibus Cina.

Fiere di Parma – che opera nei settori arte e antiquariato, meccanica strumentale, alimentare e relative tecnologie, arredamento, tempo libero, estetica – propone per il 2008 un nuovo appuntamento, Ex.El, Exhibition Elettronica Parma, una proposta espositiva dedicata al mercato dell'elettronica e computer, telefonia, telecomunicazioni, organizzata in collaborazione con Piacenza Expo.

Rimini Fiera propone eventi ormai consolidati e di spicco nel comparto alberghiero e della ristorazione, delle tecnologie ambientali, dell'intrattenimento e dei servizi turistici. Tra gli appuntamenti principali, Ecomondo, la fiera internazionale dedicata al recupero di materia ed energia e allo sviluppo sostenibile, Tecnargilla, salone internazionale delle tecnologie e delle forniture per l'industria ceramica e del laterizio, Rimini Wellness, il salone del fitness, benessere e sport on stage. Anche il salone romagnolo sfodera alcune new entry, tra cui Gem World, il salone delle pietre preziose e affini che nasce dalla partnership con Assogemme, la nuova associazione di categoria che riunisce oltre cinquanta tra le più importanti aziende di commercializzazione di materie prime per gioielleria. "Nella nostra stagione fieristica – commenta il presidente Lorenzo Cagnoni – emergono i principi ispiratori alla base della crescita di Rimini Fiera e del suo ruolo primario occupato nel panorama espositivo: innanzitutto una dimensione non catalogabile né riducibile ai soli obiettivi nazionali e la volontà di perseguire dinamiche innovative" ■

L'ANALISI

L'assessore Campagnoli: "Per essere più competitivi servono alleanze e integrazioni"

I numeri del secondo FieraDistrict d'Italia

Nel 2006 l'attività del sistema fieristico emiliano-romagnolo ha superato gli 1,5 milioni di mq di superfici affittate, distribuite su 100 eventi che hanno raccolto circa 39mila espositori e oltre 3.360.000 visitatori. La maggior parte dell'attività fieristica ha carattere internazionale, con 40 eventi nel 2006, che coprono quasi l'82% delle aree complessivamente locate, e portano la Regione al secondo posto in Italia alle spalle della Lombardia. E, ospitando nel 2006 circa il 26% dell'attività fieristica italiana di livello internazionale, abbiamo superato il Veneto, fermo al 18%. Anche i trend relativi all'internazionalizzazione degli eventi sono positivi: più 1% gli espositori stranieri, più 7,7% i visitatori esteri.

I numeri sono lusinghieri, ma per stare al passo con i diretti competitori fieristici internazionali – in primis i tedeschi – le fiere devono fare un salto di qualità che si fonda su due pilastri: l'aggregazione e lo sviluppo delle attività internazionali. E la ricetta viene dall'assessore regionale alle Attività produttive Duccio Campagnoli: "Per essere più competitivi è

necessario costruire un'alleanza e una integrazione tra le grandi società fieristiche: una grande impresa a rete che unisca all'azione di ciascuna la possibile unificazione in settori come quello del marketing, degli investimenti all'estero, dei servizi logistici e organizzativi". E in questa direzione vanno gli accordi che la Regione sta realizzando con gli enti locali soci delle società fieristiche.

Ma oltre alle alleanze è necessario sviluppare le attività internazionali nelle fiere: "Le fiere – conclude l'assessore – rappresentano non solo una vetrina di opportunità e di incontro per gli imprenditori, ma svolgono, nell'ambito dell'internazionalizzazione delle imprese, un ruolo di apripista per il sistema produttivo all'estero: diventano strumenti di marketing collettivo e svolgono sul piano commerciale un'attività simile a quella dei distretti sul piano produttivo" ■



LA STRATEGIA

La Regione rilancia la proposta per un'attività promozionale di sistema

Capofila per l'internazionalizzazione

Un tavolo di lavoro tra ministeri, regioni, associazioni di imprenditori del settore e società fieristiche per costruire assieme una politica di valorizzazione dell'attività fieristica internazionale in Italia, dal momento che il nostro Paese è al secondo posto nel mondo. La proposta arriva dall'assessore regionale alle Attività produttive Duccio Campagnoli, intervenuto durante la presentazione del Calendario delle fiere internazionali in Italia 2008 elaborato dal Coordinamento interregionale fiere Conferenza delle

Regioni e delle Province autonome, di cui è coordinatrice la Regione Emilia-Romagna assieme ad Aefi (Associazioni esposizioni e fiere italiane). Comparando il 1985 e il 2006 (dati Osservatorio Fiere Cermes Bocconi) il comparto fieristico internazionale italiano ha visto un aumento delle manifestazioni da 150 a 194, contemporaneamente a una crescita della superficie espositiva affittata – da circa 3,3 milioni di mq a 4,7 milioni – e del numero totale degli espositori, da oltre 88mila a quasi 112mila. ■

di Natascia Ronchetti

Il Fishing Show 2008 si trasferisce nel capoluogo emiliano

Un'occasione da prendere all'amo

Convenzioni di programma con le amministrazioni provinciali e le associazioni di pesca per tutti i servizi socialmente utili che riguardano il settore. Dalle attività di ripopolamento delle specie ittiche al tabellamento delle aree di pesca, per indicare per esempio le zone di divieto o quelle destinate alla pesca sportiva. Dalla sorveglianza contro il bracconaggio al recupero del pesce nei canali di bonifica. È una delle novità del Piano ittico regionale per il periodo 2006-2010 presentato al Fishing Show, il salone dedicato alla pesca sportiva che dall'8 all'11 febbraio ha preso

stabilisce gli interventi per la tutela e l'incremento della qualità ambientale e per la salvaguardia delle caratteristiche dell'acqua e delle specie autoctone. Questo nell'ambito delle competenze proprie della Regione sulla tutela delle acque interne e delle loro risorse ittiche e per la regolazione della pesca e della pesca sportiva. Circa 2,5 milioni di euro sono stati assegnati per le funzioni delegate alle Province e per i ripopolamenti, mentre 2 milioni sono stati attribuiti al sostegno di interventi per la tutela delle risorse e dell'ambiente, per promuovere l'associazionismo e per sostenere un'unica economia del territorio. Senza dimenticare, come rileva l'assessore regionale alle Attività produttive Duccio Campagnoli, "le

attività di educazione e formazione nelle scuole rivolte ai bambini dagli 8 ai 14 anni che ogni anno coinvolgono 10mila ragazzi". Un'attività supportata da quest'anno da una nuova pubblicazione della Regione, "A pesca con nonno Adriano", che ripropone, attraverso un racconto, il legame indissolubile tra anziani e bambini che consente di tramandare, insieme ai valori della pesca e dei pescatori, l'amore per l'ambiente e per la sua salvaguardia.

"Il Piano, anche attraverso la promozione dell'associazionismo con le convenzioni di programma - spiega il responsabile del servizio Ittico della Regione Aldo Tasselli - punta a stimolare il consolidamento del rapporto con il territorio da parte del pesca-

La Regione sceglie la manifestazione per presentare agli operatori il nuovo Piano ittico

stabilmente dimora a BolognaFiere. Dopo una prima edizione a Firenze, infatti, la manifestazione, organizzata dalla Fipo (Federazione italiana produttori e operatori articoli pesca sportiva) con il patrocinio della Regione Emilia-Romagna e del Comune di Bologna, si è tenuta nel capoluogo felsineo.

Oltre 100 espositori - aziende specializzate nella produzione di strumenti, attrezzature, equipaggiamenti, imbarcazioni dedicate - e una carrellata di 100 eventi con convention commerciali e seminari tecnici per rilanciare un settore che in 15 anni è sceso da due a 1,5 milioni di appassionati ma che proprio in Emilia-Romagna trova una delle sue roccaforti con oltre 70mila licenze di pesca e un numero complessivo di "adepti" superiore ai 100mila, se i considerano i pescatori agonistici e le attività di oltre 300 laghetti di pesca sportiva.

Un contesto ottimale per illustrare le nuove linee d'indirizzo del Piano ittico, che - approvato con una dote finanziaria di 4,5 milioni di euro -



tore, per incentivare contestualmente la microeconomia che ruota intorno alla pesca". Un incentivo che fa il paio con la presentazione al Mse, il Mediterranean Seafood Exposition di Rimini, dal 23 al 26 febbraio, del marchio collettivo di qualità certificata del pesce dell'Adriatico, che garantisce al consumatore finale, insieme alla tracciabilità di tutta la filiera, la tipicità del prodotto emiliano romagnolo. Tutto con l'obiettivo di valorizzare un prodotto di nicchia e di aumentare i volumi di vendita e fatturato del settore, cui in regione fanno capo 36 aziende di lavorazione e commercializzazione, con un volume d'affari di 500 milioni di euro. Tornando al Piano ittico, entro il 2010 sono previsti interventi su 109,78 kmq di bacini idrici e su oltre 21mila chilometri di corsi d'acqua, in cui sono presenti 903,70 chilometri di zone protette, 4.394 chilometri di aree a regime speciale, 15 campi di gara permanenti e 3.001 chilometri di acque di montagna.

Tra i progetti è prevista la realizzazione di zone di pesca attrezzate per il "no kill", una delle nuove pratiche,

come il carp fishing e lo spinning, alle quali il Piano presta particolare attenzione. Per incentivare il diportismo, la pesca sportiva e la pesca subacquea, saranno poi date in gestione alle marinerie e alle associazioni le due aree attrezzate con barriere sommerse al largo di Ravenna (16 ettari) e di Cattolica (8 ettari), rese idonee con anfratti dove potranno riprodursi molluschi, crostacei e pesci. Tra le ulteriori novità, sempre per valorizzare la pesca sportiva e l'indotto turistico che genera, la Regione ha realizzato una guida a 40 itinerari di pesca sportiva che si snodano dal Piacentino al litorale di Forlì-Cesena e di Rimini, tra i canali della bassa del Bolognese e i castelli della Val Tidone e della Val Ceno. È un prezioso vademecum di oltre 270 pagine che accanto alla descrizione dei luoghi, con l'indicazione delle specie ittiche presenti, indica le principali attrazioni turistiche, suggerendo anche percorsi naturalistici e ricette e specialità delle tradizioni enogastronomiche locali. Utilissimo per gli appassionati, ma anche per chi si avvicina per la prima volta a questa pratica, per scoprire le bellezze naturalistiche del territorio e le varie tecniche di pesca e anche per acquisire dimestichezza con uno sport che si nutre anche di silenzi, attese, amore per l'ambiente.



Con il precedente Piano sono già stati effettuati ripopolamenti per oltre 2 milioni di euro. Con uno stanziamento di altri 2,5 milioni per le funzioni delegate alle Province sono stati invece realizzati 124 interventi. Tra questi il potenziamento degli incubatoi di valle per fornire uova o forme giovanili per il ripopolamento; la realizzazione delle scale di risalita dove esistono briglie, dighe o manufatti che limitano o impediscono le migrazioni del pesce; l'utilizzo di bacini di sverno per le specie recuperate durante i periodi di asciutta dei corsi d'acqua ■

Carlo D'Olivo
presidente
della Fipo



fishingshow
FIPQ 2008

L'ANALISI

La sfida della Fipo per fronteggiare concorrenza e "calo di passione" Bologna roccaforte europea della pesca

“Vogliamo che Fishing Show diventi un appuntamento per la pesca sportiva europea”. Così Carlo D'Olivo, presidente della Fipo (Federazione italiana dei produttori e degli operatori degli articoli di pesca sportiva), presentando il nuovo salone bolognese dedicato alla pesca sportiva e candidando il capoluogo regionale a diventare la capitale europea di un settore costituito a livello nazionale da 370 industrie, con 4mila rivenditori, 20 mila addetti e un fatturato che oscilla tra i 350 e i 450 milioni di euro. È a Bologna che gli imprenditori cercano un rilancio, contando anche su un tessuto produttivo che in Emilia-Romagna, con 44 aziende, molte delle quali leader in Europa, genera un fatturato di 50 milioni. La grande sfida, come spiega Nicola Bucci, portavoce della Fipo, è quella di contrastare “i prodotti cinesi che stanno devastando il settore”. Una sfida che si gioca anche facendo leva su una piattaforma regionale di campi di gara per la pesca sportiva che in Emilia-Romagna coinvolge ogni anno 150mila

persone e dalla quale trae benefici anche il turismo. Per fronteggiare la perdita di appassionati, è sempre la Fipo a tendere un ramoscello d'ulivo agli ambientalisti, che, dice D'Olivo, “non ci devono guardare come distruttori della fauna ittica”. Con la scelta di Bologna, prosegue il presidente della Fipo, “faremo un bel salto di qualità e contiamo di aumentare già dal prossimo anno il numero dei pescatori sportivi che visitano la manifestazione. In Emilia-Romagna c'è un'alta percentuale procapite di pescatori e la zona è in una posizione strategica, facilmente raggiungibile da ogni parte d'Italia. Per questo – conclude – le aziende del settore hanno aderito in massa”. Proprio il Fishing Show ha ospitato nella prima quattro giorni bolognese le dimostrazioni pratiche dei campioni di questa pratica agonistica e illustrato i programmi educativi rivolti ai ragazzi delle scuole per avvicinarli alla pesca e per sensibilizzarli al tema della tutela dell'ambiente ■

Pubb



di Natascia Ronchetti

Con questo slogan il sistema-regione si è presentato alla Bit di Milano

L'Emilia-Romagna? È "Originale italiano"

Una più robusta iniezione di finanziamenti per i progetti di commercializzazione dei privati, un po' di soldi in più per i programmi turistici di promozione locale gestiti dalle Province, due occhi di riguardo per la Germania, un forte impegno sul mercato russo. L'Emilia-Romagna del turismo si prepara ad affrontare il 2008 reduce da un'annata che ha regalato più presenze e arrivi alla costa e alla città d'arte, una tenuta delle località appenniniche e la conferma che è sul wellness che si gioca il rilancio del sistema termale. Primo banco di prova dell'anno è stata la Borsa internazionale del turismo di Milano, dal 21 al 24 febbraio, dove l'Apt, l'azienda regionale di promozione turistica, ha dato il primo segnale della virata della propria politica fieristica verso investimenti maggiori nella commercializzazione. Diversamente dagli anni passati si è presentata con uno stand ridimensionato, di 120 metri quadrati. "Abbiamo adottato uno schema di gioco - dice il presidente

Massimo Gottifredi - che tende sempre di più all'investimento sulle fiere che hanno un forte ritorno commerciale, come TTG-TTI di Rimini. Alle altre fiere ci presentiamo con un profilo più attento ai costi. Applicheremo lo stesso schema di ridimensionamento all'Itb di Berlino, cosa che ci permette di liberare risorse per sostenere la commercializzazione". Un metodo che porterà a dirottare oltre il 30% delle risorse per le manifestazioni fieristiche su quelle a maggiore vocazione commerciale e a puntellare le partecipazioni delle Unioni di prodotto sui saloni dove è più forte il rapporto diretto con il cliente finale. Ma già alla Bit, prima vetrina internazionale dell'anno per il turismo regionale, l'Apt ha scoperto le carte di una promozione che quest'anno si concentra in particolare sul mercato tedesco e su quello russo, anche con sostegni promozionali ai voli low cost che li collegano agli scali aeroportuali di Rimini e Forlì. E proprio sul mercato tedesco, principale bacino estero, l'Apt cercherà di arrestare

la contrazione della domanda confermata anche nel 2007, ripresentandosi con il claim "Originale italiano", che si basa sul presupposto che in Emilia-Romagna si trova la summa di tutti i valori positivi che caratterizzano l'Italia. "Il nostro impegno - prosegue Gottifredi - si concentrerà soprattutto sulla Baviera, sulla Renania e sull'Assia, e rivolgeremo particolare attenzione anche a città come Stoccarda, Berlino, Francoforte, collegate da voli con gli scali romagnoli. Questo attraverso azioni di promozione in co-marketing con le società di incoming". Sul mercato russo l'obiettivo sarà quello di rafforzare un feeling sempre più forte e che lascia prevedere ai tour operator una ulteriore crescita della domanda, superiore addirittura al 30%. Qui le azioni di promozione saranno realizzate in co-marketing proprio con i tour operator, per consolidare il



Russia e Germania:
il ruolo strategico
dei voli low cost
dagli aeroporti
di Rimini e Forlì

Guido Pasi
assessore regionale
al Turismo

Sotto,
Terme di Riolo
Ravenna
Al centro,
la chiesa
di San Savino
a Piacenza

mercato moscovita e per intercettare altre quote di vacanzieri in Siberia e su città come Ekaterinenburg. Facendo leva sui collegamenti aerei l'obiettivo è ambizioso: dare corpo all'idea che Rimini e Forlì sono le porte d'accesso all'Europa occidentale. Per l'Apt il primo vero rodaggio di una mission che, in base alla nuova legge regionale sul turismo (la legge 2), la proietta verso un maggiore impegno sulla promozione all'estero e verso un compito di coordinamento delle Unioni di prodotto e degli enti locali, con un ruolo sempre più importante per le partnership con i privati, finalizzate a

ottimizzare le risorse. Praticamente archiviati personalismi e campanilismi: "Con le Unioni di prodotto - conclude Gottifredi - ci muoviamo ormai come se fossimo un'unica azienda". Molta strada resta ancora da fare, a partire dalla comunicazione, con l'obiettivo di potenziare quella via web, in particolare per intercettare quote sempre più ampie di giovani. Ma la scommessa vera, soprattutto per riguadagnare terreno in Germania, resta quella della riqualificazione del prodotto. Tutto legato alla qualità urbana, all'offerta ricettiva, al potenziamento o alla realizzazione di nuove infrastrutture, a partire dai collegamenti viari. Con una preoccupazione: che il buon andamento del turismo negli ultimi due anni non spinga gli operatori ad alzare i prezzi.

La Regione, dal canto suo, quest'anno ha aumentato la dote finanziaria per la promo-commercializzazione, portandola a 17,5 milioni di euro, ai quali si sono aggiunti altri 4 milioni per il rifinanziamento della legge regionale 40 sulla riqualificazione dell'offerta ricettiva e dei servizi.

Meno bene è andata agli Stl, i Sistemi turistici locali (le aggregazioni pubblico-private per la promozione e la riqualificazione delle destinazioni introdotte con la legge 2, in linea con la normativa quadro nazionale). "Quest'anno abbiamo aumentato le risorse a disposizione per il settore - dice l'assessore regionale al Turismo Guido Pasi - ma l'articolo della legge nazionale che prevede gli Stl non è stato rifinanziato. Mancano quindi i fondi per attuarli". Maggiori risorse, come ricorda il dirigente del servizio Turismo Walter Verlicchi, potrebbero arrivare con la "ripartizione tra le Regioni dei 28 milioni di euro stanziati con le Finanziarie 2007 e 2008 per incentivare il cicloturismo, il golf e sostenere le località turistiche di montagna". Fondi che fanno parte di un pacchetto triennale di stanziamenti, di cui il 70% è destinato alle imprese.

Tornando ai fondi regionali, a ricevere più soldi quest'anno sono state le Province, per i Programmi turistici di promozione locale, e i privati per i progetti di commercializzazio-



LA STRATEGIA

Presenze più frammentate nel corso dell'anno, ma la domanda è in crescita **Arte, musica e cultura: un settore che non conosce crisi**

Con una crescita media delle presenze nel 2007 pari al 2,8%, le nove città d'arte dell'Emilia Romagna ora puntano a fidelizzare i melomani, con pacchetti soggiorno che includono gli ingressi nei principali teatri regionali per assistere a opere liriche. Pacchetti con i quali invogliare i vacanzieri europei amanti del bel canto - ma non solo: particolare attenzione sarà prestata anche al mercato newyorkese - a trascorrere una settimana o un week end tra mostre, monumenti, gallerie d'arte, tenori e soprani. Tutto in collaborazione, come spiega il presidente dell'Unione di prodotto città d'arte, Mario Lugli, con i sovrintendenti e i direttori artistici dei teatri della regione. "Dobbiamo accreditare presso il pubblico europeo - dice Lugli - l'idea che le nostre città sono ricche di attrattive, intervenendo contemporaneamente

sui prezzi del nostro sistema ricettivo, tarato sul turismo d'affari che ha un'alta capacità di spesa, per adeguarli alle esigenze del turista culturale".

Anche per questo sarà riproposta la formula (già sperimentata con successo) di un week end a 35 euro a notte negli alberghi. Non solo. Quest'anno saranno potenziati gli strumenti di commercializzazione attraverso le prenotazioni on line, in collaborazione con l'Apt (dalla primavera), facendo anche leva sui collegamenti aerei con l'Europa e il resto del Paese. "Stiamo assistendo - dice Lugli - a una crescita del turismo culturale, con più vacanze frammentate nel corso dell'anno. È un fenomeno del quale le città d'arte stanno beneficiando. Abbiamo anche un dato certo: i margini di espansione del mercato turistico legato agli eventi sono più forti nelle città d'arte,

come dimostra anche il Festival della filosofia di Modena che sta intercettando quote di presenze di vacanzieri interessati alla cultura".

Per il 2008 l'Unione di prodotto si muoverà in due direzioni. Da un lato quella dell'allargamento delle possibilità di promo-commercializzazione (sono previste anche azioni di promozione sul mercato russo). Dall'altro quella di una riqualificazione dell'offerta che sappia saldare l'arte e la cultura con la qualità dell'ospitalità, con i percorsi enogastronomici, con gli elementi tipici delle città d'arte emiliano romagnole.

"Lavoreremo molto anche sulla congressistica - dice Lugli - un settore che sta cambiando. Su questo terreno ci muoveremo anche sul mercato scandinavo. Tutte scelte con le quali ci auguriamo di poter aumentare le presenze" ■

ne. Le prime hanno ricevuto 4 milioni di euro, il 30% in più rispetto allo scorso anno. Ai privati sono andati invece 2,6 milioni (il 15% in più). L'Unione di prodotto costa quest'anno avrà a disposizione un budget di 2,75 milioni (dei quali 1,33 saranno assegnati ai privati) per consolidare il risultato dello scorso anno che ha prodotto un aumento degli arrivi del 3,3%, delle presenze dell'1,7, su cui da maggio a settembre hanno inciso soprattutto gli stranieri (più 3,1 gli arrivi, più 2,1 le presenze). La promo-commercializzazione, in stretta sinergia con gli operatori privati, si concentrerà sul mercato tedesco e cercherà di rafforzare con decisione la penetrazione nei promettenti mercati dell'Ungheria e della Repubblica Ceca, senza dimenticare il segmento della vacanza *plein air* nel Nord Europa e il cicloturismo in Francia. Il tutto con un primo approccio a un mercato in forte espansione come quello irlandese. "Anche quest'anno - dice Andrea Corsini, presidente dell'Unione di prodotto costa - confermiamo un impegno importante sul mercato

tedesco, che resta il nostro principale bacino di riferimento. La nostra attenzione sarà rivolta soprattutto alle aree di Amburgo, Stoccarda, Berlino e Düsseldorf, collegate con voli low cost agli scali di Rimini e Forlì. In sintonia con l'Apt ci muoveremo anche su Vienna, grazie al nuovo collegamento aereo con Rimini". La partecipazione alle fiere di settore di Budapest e Praga è poi la conferma della decisa virata sull'Est europeo, mentre nel Nord Europa, sempre in co-marketing con i privati, l'Unione cercherà di intercettare nuove quote di mercato della vacanza *plein air*. "Insieme ai Club di prodotto - prosegue Corsini - abbiamo poi investito sulla Francia, con una promozione su una rivista delle offerte di vacanze cicloturistiche". Se molto ci si aspetta dal restyling del sito dell'Unione (che si presenta con una nuova grafica, la revisione dei contenuti e collegamenti ai link dei privati), molte aspettative sono riposte su una politica degli eventi che già quest'anno alza il sipario su una grande kermesse dedicata agli sport da spiaggia, che nella setti-

mana tra fine luglio e primi di agosto coinvolgerà tutti i comuni della riviera, da Comacchio a Cattolica: una grande palestra a cielo aperto da "vendere" agli appassionati con pacchetti soggiorno costruiti ad hoc.

Reduce da un'annata che ha confermato la sofferenza del settore curativo e contemporaneamente l'aumento della richiesta di soggiorni wellness, l'Unione di prodotto terme (1,252 milioni il budget a disposizione) punta invece con decisione sugli amanti (in crescita) delle vacanze all'insegna del benessere, confortata da un incremento di arrivi e presenze. Oltre a una guida sul turismo termale che sarà realizzata dal Cotere, come spiega il presidente Maurizio Fussi, "sulla base della nuova legge regionale sulla riclassificazione alberghiera realizzeremo una guida alla vacanza benessere, con l'indicazione degli alberghi wellness, di quelli termali e di quelli dotati di beautyfarm, che verrà veicolata con una tiratura di 500mila copie attraverso riviste nazionali". Per la promo-commercializzazione l'Unione terme ha poi siglato un accordo con Eurotravel per l'inserimento nei cataloghi destinati alle agenzie di viaggio dell'offerta di pacchetti soggiorno nelle 22 località termali della regione.

Le località appenniniche e di montagna, che si avviano a superare il tetto di un milione di presenze, quest'anno - come spiega Pierluigi Saccardi, presidente dell'Unione di prodotto Appennino e Verde, che ha impostato un bilancio con maggiori entrate e più adesioni di soci - non si limiteranno a consolidare il settore tradizionale della neve: "Abbiamo finanziato importanti iniziative per il comparto sportivo e per tutti i campi verso i quali gli operatori hanno dimostrato di voler puntare, dal turismo familiare e giovanile a quello scolastico e perfino a nicchie prima poco esplorate come il benessere e la convegnistica" ■



Nella foto, Miss Italia 2007 Silvia Battisti, ospite d'eccezione all'evento promozionale organizzato nello stand della Regione alla Bit di Milano (foto G. Salvatori)



Pubb

OTTIMISMO CON CAUTELE

Prosegue la ripresa nel 2007, ma molti fattori di debolezza del sistema della subfornitura moda restano inalterati, a partire dalla insufficiente propensione delle imprese del settore all'internazionalizzazione



L'Osservatorio del Comitato Network Subfornitura registra un clima congiunturale più sereno sia per l'insieme dell'industria della moda che ha visto ripartire nel 2007 le esportazioni e l'attività produttiva, sia per il sistema della subfornitura, con tutti gli indicatori congiunturali in miglioramento e la prosecuzione della fase positiva avviata nel 2006.

L'Osservatorio affronta anche alcuni nodi strutturali che influenzano in misura rilevante le prospettive delle imprese.

Quest'anno il tema è stato l'internazionalizzazione, aspetto spinoso che si articola in due possibili linee di sviluppo, entrambe ardue per le piccole imprese subfornitrici: la ricerca di nuovi mercati e la produzione.

La ricerca è stata realizzata per il Comitato Network Subfornitura da Hermes Lab srl, che ha messo a punto la metodologia e gli strumenti di rilevazione, ha effettuato l'elaborazione dei dati e curato la redazione dei testi. La rilevazione è stata curata dai soci del Comitato, direttamente o in collaborazione con le Camere di commercio a cui essi fanno riferimento in ambito regionale.

Il rapporto è consultabile anche sul sito del Comitato Network Subfornitura:

<http://www.subfor.net>

IL CAMPIONE

Oggetto dell'Osservatorio sono le piccole e medie imprese del sistema moda (settori tessile, abbigliamento, pelle e calzature) che operano prevalentemente conto terzi.

La popolazione di riferimento ha un numero di addetti compreso tra 6 e 99 ed è localizzata in: Piemonte, Lombardia, Veneto, Emilia-Romagna, Toscana, Umbria.

Nelle regioni aderenti al Network Subfornitura si concentra oltre la metà delle imprese del sistema moda e da esse proviene oltre il 60% dell'export del settore.

Nel campione, stratificato per regione e dimensione sono stati elaborati 300 questionari.

I contenuti del rapporto sono le caratteristiche del settore e dei mercati di riferimento; l'evoluzione congiunturale e rapporti con i committenti.

LA CONGIUNTURA

Produzione e ordini nelle imprese di subfornitura

I segnali che provengono dal mercato indicano che la ripresa si sta consolidando: nel sistema della subfornitura quasi il 30% delle imprese ha registrato un aumento dell'attività produttiva rispetto allo stesso periodo dell'anno precedente e il saldo tra le risposte di crescita e calo è positivo sia per la produzione che per gli ordini.

Nel 2006 la percentuale delle

imprese che registrava incrementi di attività era più bassa (20,6%) e nel 2005 non raggiungeva il 13%.

Gli ordini sono in aumento per il 28% delle imprese (23,5% nel 2006, 14,8% nel 2005). Per il 43% delle imprese il 2007 è stato un anno di stabilità produttiva e per il 46% degli operatori gli ordini si sono mantenuti sui livelli del 2006.

In sintesi, circa i 2/3 delle imprese esprimono una valutazione positiva (aumento o stabilità) sulla dinamica congiunturale del 2007.

Del miglioramento congiunturale hanno beneficiato in modo particolare le imprese appartenenti alla classe dimensionale 20-49 addetti che nel 37,1% dei casi dichiarano un aumento degli ordini in miglioramento rispetto al 2006 (27,4%), rispetto al 2006 si sono accentuate le differenze, sono infatti aumentate anche le imprese con riduzione degli ordini (dal 25,5% del 2006 al 30,1%), ma lo scarto tra aumenti e diminuzioni si mantiene positivo.

Per le piccole imprese (0-9 addetti) non si osservano variazioni sostanziali: gli operatori che dichiarano una stabilità sono ancora la maggioranza, e le indicazioni di aumenti e cali si equivalgono come nel 2006.

Nel caso delle imprese maggiori (50-99 addetti) si è invece avuto

un lieve peggioramento da un lato aumenta la quota di coloro che dichiarano una stabilità degli ordini (da 40,4% a 41,1%), ma dall'altro si riduce da 11,7 a 8,5 il divario positivo tra le indicazioni di aumento e quelle di calo.

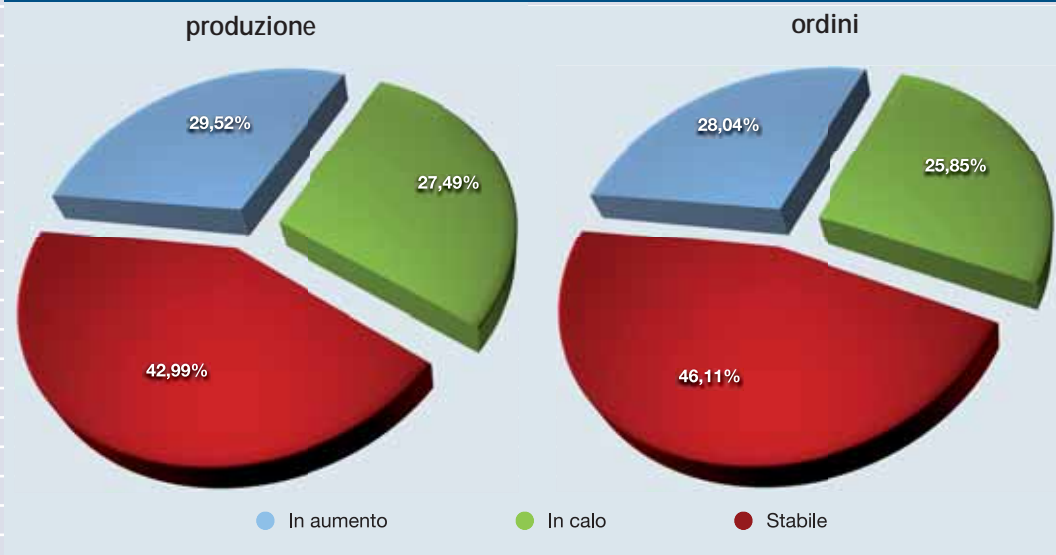
Il miglioramento del clima congiunturale ha toccato tutte le regioni. Quello più consistente è dell'Emilia-Romagna, dove le imprese in crescita sono il 44,3% del totale, contro il 19,8% del 2006. Nelle altre regioni, l'aumento non supera il 30%.

L'analisi per settore mette in luce una buona situazione per la filiera della pelle e per l'abbigliamento e un quadro più problematico per il tessile, dove lo scarto tra aumenti e diminuzioni

rimane ancora negativo, ma più contenuto rispetto al passato.

Pelle e calzature presentano (come nel 2006) un più diffuso aumento degli ordini (riguarda il 33,1% delle imprese) e un aumento dell'area di stabilità che riguarda il 47,2% delle imprese. La differenza tra

Andamento della produzione e degli ordini. % di imprese che registrano cali, stabilità o crescita. 1 semestre 2007



segnalazioni di aumento e quelle di calo, già positiva nel 2006, sale da 10 a 13,3 punti.

L'abbigliamento presenta un forte rialzo della quota di imprese con ordini in crescita, che dal 17,1% del 2006 sale al 29,1% del 2007 e il saldo tra le indicazioni di aumento e quelle di calo

(che nel 2006 era negativo per -7,3) nel 2007 raggiunge i 6,6 punti percentuali.

A fronte delle dinamiche positive di questi due settori, i risultati del tessile non sono altrettanto soddisfacenti; si riduce solo lo scarto negativo tra aumenti e diminuzioni (da -8,4 a 7 punti)

per una lieve flessione della quota di imprese con ordini in calo.

Il trend positivo dell'attività si riflette anche sui livelli occupazionali. Si allarga, infatti, la quota di operatori che prevede di mantenere stabili le quote sia nel settore del vestiario (82,4%

“La moda e l'internazionalizzazione”

Il tema monografico di approfondimento in questa edizione dell'Osservatorio presenta un settore della subfornitura ancora largamente assente dai mercati internazionali. Le lavorazioni per i committenti esteri contribuiscono, mediamente, solo al 5% del fatturato e questa quota è rimasta stabile negli anni a conferma, da un lato, della solidità dei rapporti instaurati con il territorio dove è localizzata l'impresa e, dall'altro, dal persistere di vincoli che ostacolano un allargamento dei mercati.

Anche sul versante degli approvvigionamenti e dell'internazionalizzazione produttiva emerge una scarsa attitudine a vedere i mercati esteri come una fonte di opportunità per sviluppare un ruolo come coordinatori di reti internazionali di subfornitura. Solo l'11% delle imprese dichiara di utilizzare già subfornitori di secondo livello localizzati all'estero.

Certamente la combinazione di un aumento della concorrenza e di una recessione macroeconomica sui mercati più facilmente accessibili dall'Italia (l'Unione Europea in primo luogo) ha contribuito, congiuntamente, a deprimere le

opportunità di espansione all'estero negli ultimi cinque anni.

La ripresa generale dei mercati esteri a partire dalla seconda metà del 2006, testimoniata anche dalla ripresa dell'export della moda italiana, favorirà plausibilmente pure la ripresa della quota di fatturato realizzata all'estero dalle imprese subfornitrici, anche se sarà un percorso piuttosto lento, stando alle indicazioni fornite dalle imprese stesse. Infatti, tra le imprese che non sono ancora presenti sui mercati esteri solo l'11% ha in programma di avviare un processo di internazionalizzazione nel prossimo futuro e tra quelle già presenti sui mercati esteri meno della metà (43%) pensa di ampliare la propria presenza all'estero. Dimensioni ridotte delle imprese e rilevanza degli investimenti richiesti per l'internazionalizzazione, nonché l'esistenza di routine operative regolate sui rapporti di filiera (clienti/fornitori) molto legati al territorio di appartenenza dell'impresa, appaiono i vincoli principali per le PMI della moda allo sviluppo dell'attività all'estero.

Inoltre, l'attività sull'estero spesso non è frutto di una ricerca attiva delle opportunità offerte, ma una risposta a richieste provenienti dai committenti esteri. Infatti, il canale più importante di contatto con potenziali clienti esteri (indicato dal 45% delle imprese) è quello passivo che nasce su iniziativa del committente che visita il subfornitore, seguito da quello più attivo della visita dei subfornitori presso i buying offices italiani dei committenti esteri (20% delle imprese). Di una certa rilevanza sono anche altre due modalità, che talora affiancano i due canali precedenti: si tratta della partecipazione a fiere italiane (18,8% delle imprese) e del passaparola tra committenti (18,1%).

Proprio perché larga parte delle imprese di subfornitura della moda si trova ancora in una fase iniziale dei processi di internazionalizzazione, i supporti più frequentemente richiesti dagli operatori riguardano l'esplorazione dei mercati (servizi informativi e di promozione e l'organizzazione di fiere e missioni all'estero), più che quelli che consentono un rafforzamento delle posizioni già acquisite.

contro il 72,7% dello scorso anno) che, soprattutto, della pelle (81,2% a fronte del 67,8% dell'anno precedente); nel tessile, invece, si rimane sui livelli 2006.

Nei settori della pelle e del vestiario diminuisce la quota di imprese che prevedono di aumentare l'occupazione, ma questo viene compensato dalla riduzione delle indicazioni di calo e dall'aumento, già segnalato, degli operatori che prevedono di confermare i livelli attuali.

Una stabilità dell'occupazione è l'opinione largamente prevalente per le imprese minori, dove raggiunge l'82% circa delle risposte. Nelle altre classi dimensionali continua ad essere l'indicazione prevalente, ma per quote decisamente inferiori: 71,8% per le imprese con 20-49 addetti, 69% per gli operatori maggiori.

D'altro canto le imprese più piccole sono anche quelle meno predisposte ad allargare la base occupazionale (solo nel 7,1% dei casi) e dove prevalgono le indicazioni di riduzione rispetto a quelle di aumento.

La classe di addetti intermedia (20-49) sembrerebbe la più propensa ad aumenti occupazionali (20% delle imprese); peraltro si riduce la quota di coloro prevedono riduzioni e lo scarto tra i due intenti è largamente favorevole (+12 punti) a coloro che pensano di aumentare l'occupazione.

Nella classe dimensionale superiore le previsioni di aumento e di calo si equivalgono e il quadro prospettato è di sostanziale stabilità.

La propensione alla stabilità dimensionale accomuna tutte le regioni, sia pure con diverse intensità.

L'ORGANIZZAZIONE DELLA PRODUZIONE

Il fatturato e l'incidenza delle attività in subfornitura sui ricavi delle imprese

La dimensione delle imprese di subfornitura è molto ridotta: oltre la metà (il 59%) fattura meno di 1 mln di Euro e solo una

su cinque almeno 2 mln di Euro. Quasi l'80% delle imprese sono subfornitrici pure. Un ulteriore 13% opera prevalentemente nella subfornitura e solo nell'8% dei casi l'attività in conto proprio genera più della metà del fatturato totale. La quota di imprese subfornitrici pure è rimasta sostanzialmente costante nei cinque anni della rilevazione, con lievi oscillazioni da attribuire più al turnover delle imprese nel campione che a cambiamenti effettivi nel loro comportamento.

RAPPORTI DI FILIERA

Il ricorso alla subfornitura di secondo livello è ormai arrivata ad essere una pratica molto diffusa e, rispetto al 2006, in aumento: quasi il 52% delle imprese del campione è a sua volta committente di altre aziende o di laboratori esterni.

L'Emilia-Romagna è la regione dove questa tipologia organizzativa risulta essere più frequente, riguardando più del 60% delle imprese, anche se la propensione si riscontra in tutte le regioni.

L'utilizzo di subfornitori di secondo livello risulta più frequente tra le imprese della classe 20-49 addetti dove riguarda il 60% del totale, mentre assume i valori più contenuti tra le imprese più grandi dove viene praticata dal 46% degli operatori. In entrambi i casi è significativa la crescita della quota rispetto al 2006,



Andamento degli ordini per regione. % di imprese che registrano cali, stabilità o crescita. 1 semestre 2007

	Emilia-Romagna	Lombardia	Piemonte	Toscana	Veneto
in aumento	44.3%	22.7%	23.5%	28.7%	22.2%
in calo	25.7%	26.8%	40.2%	24.5%	14.1%
stabile	30.0%	50.5%	36.3%	46.8%	63.7%
Total	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%

Previsioni sull'occupazione per dimensione d'impresa. % di imprese che registrano cali, stabilità o crescita. 1 semestre 2007

	Emilia-Romagna	Lombardia	Piemonte	Toscana	Veneto
In aumento	10.7%	7.1%	6.7%	14.7%	13.5%
in calo	4.5%	11.7%	33.2%	8.3%	6%
stabile	84.9%	81.3%	60.1%	77.1%	85.9%
Total	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%

Previsioni sull'occupazione per fascia di mercato. % di imprese che registrano cali, stabilità o crescita. 1 semestre 2007

	FINE	MEDIO-FINE	MEDIA	ECONOMICA
in aumento	10.9%	14.6%	5.9%	13.5%
in calo	10.3%	9.1%	17.8%	23.6%
stabile	78.8%	76.3%	76.3%	62.9%
Totale	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%

mentre le imprese della classe inferiore (10-19 addetti) hanno una propensione all'utilizzo di subfornitori di secondo livello che riguarda il 49% del totale.

Il ricorso ad altri subfornitori risulta più diffuso e viene praticato quasi nella stessa misura nei settori della pelle e del vestiario dove riguarda circa il 62% delle imprese. Per il tessile è una modalità decisamente meno frequente che viene praticata da poco più del 38% del totale.

L'utilizzo di un modello di subfornitura a cascata o multilivello è condizionato da fattori che riguardano il settore di intervento dell'impresa, la sua organizzazione interna, il livello di specializzazione, le dimensioni aziendali, le scelte in merito all'elasticità produttiva e comporta un aumento della complessità organizzativa dell'impresa che svolge il ruolo di capofila della rete di subfornitura. Nella gran parte dei casi (il 71%) si tratta in ogni caso

di reti di dimensione ridotta, composte da meno di 5 subfornitori di secondo livello, meno di 1/3 delle reti sono quindi composte da più di 5 subfornitori.

IL NUMERO DEI COMMITTENTI

Oltre metà delle imprese presenta un portafoglio clienti articolato, composto da 8 e più committenti, con una crescita della percentuale (54% nel 2007; 50% nel 2006; 46% nel 2005; 43% nel 2004) che sembra definire un

trend evidente ed un aumento dell'indipendenza dei subfornitori e della complessità dell'approccio al mercato. Il 20% delle imprese ha da 4 a 7 committenti, e meno del 10% lavora con un solo committente.

Il settore in cui le imprese hanno il portafoglio committenti più ampio si conferma il tessile con una quota di imprese in crescita dal 69% del 2006 al 76% del 2007 mentre meno del 3% dipende da un unico committente. All'opposto si colloca il vestiario dove solo un terzo delle imprese distribuisce la sua attività tra almeno 8 committenti, una percentuale stabile rispetto al 2006 questo settore ha però una quota di imprese particolarmente elevata (circa 1/3 del totale) con un numero di committenti compreso tra 4 e 7. Il settore della pelle si colloca a metà strada con un sensibile aumento del livello di dipendenza e una quota particolarmente elevata (23%) di operatori con un unico committente.

IL GRADO DI DIPENDENZA

Per valutare il grado di dipendenza dell'impresa di subfornitura, oltre all'ampiezza del portafoglio committenti, va anche considerato quanto i principali clienti contribuiscono al fatturato dell'impresa. A questo scopo è stata misurata la quota di fatturato realizzata con committente più importante.

Le imprese del campione si dividono quasi equamente in tre parti, poco meno di 1/3 dipende per oltre la metà del fatturato da un solo committente, per poco più di 1/3 il primo committente conta tra il 25% e il 50% del fatturato e per l'ultimo terzo per meno del 25% del fatturato.

La filiera pelle è il settore più dipendente dal committente principale: per il 47% delle imprese contribuisce a più del 50% del fatturato. Nel tessile si riscontra, invece, una maggiore diversificazione del portafoglio committenti solo per 1 impresa

su 5 il primo committente conta per più del 50% del fatturato e per 1 su 2 conta per meno del 25%.

Circa la metà delle imprese ha mantenuto stabile il numero dei propri committenti. La percentuale è leggermente inferiore a quella osservata nel 2006.

Le aziende di dimensione più piccola hanno registrato il calo più significativo nel numero dei committenti, mentre nella fascia dimensionale intermedia (20-49 addetti) il numero di imprese che hanno registrato aumenti del numero di committenti è maggiore della media.

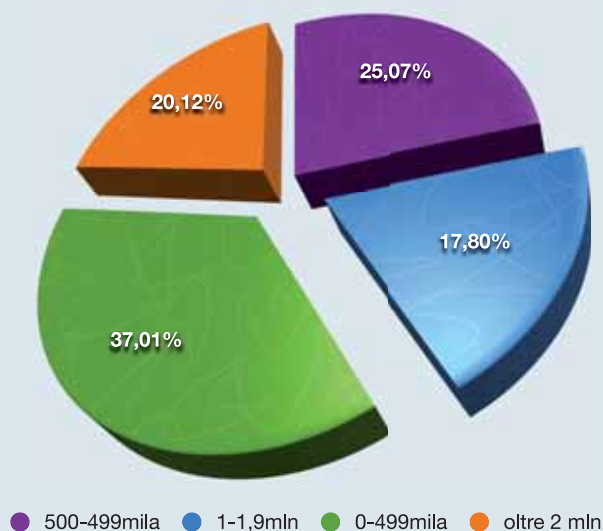
IL RUOLO DEI SUBFORNITORI NEL RAPPORTO CON I COMMITTENTI

È evidente l'evoluzione in corso nelle forme del rapporto tra committente e subfornitori e la maggiore richiesta di un ruolo più attivo e propositivo per i subfornitori, di una capacità di offrire soluzioni, risolvere problemi, sgravare le imprese committenti di compiti non direttamente connessi alle loro competenze distintive che si vanno spostando da quelle più manifatturiere a quelle della sfera delle attività cosiddette immateriali: comunicazione progettazione e design, distribuzione.

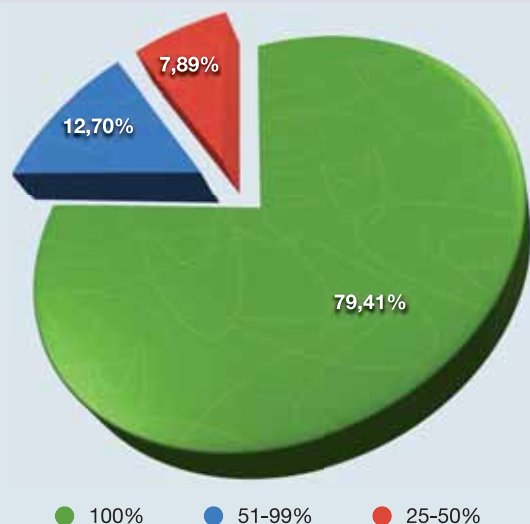
Ne deriva che la capacità del subfornitore di fornire al committente servizi che vanno al di là della semplice esecuzione del compito affidato rappresenta un fattore di competitività di crescente importanza.

Il 55,8% delle imprese ha dichiarato di non limitarsi ad un rapporto puramente esecutivo, una percentuale che tende ad aumentare di anno in anno, era il 53,5% nella rilevazione dello scorso anno, era stato il 49,7%, nel 2005 e il 37%, nel 2004. La direzione intrapresa dai subfornitori è quella di un rafforzamento della capacità propositiva che nel 2007 riguarda il 23% delle imprese. L'Emilia Romagna evidenzia questa tendenza in

Le imprese suddivise per classi di fatturato



Le imprese per quota di fatturato realizzato in subfornitura



modo più marcato (riguarda ben il 40,1% degli operatori) distanziando di parecchio le altre regioni.

La relazione tra forma più o meno attiva del rapporto e grado di coinvolgimento diretto del committente nelle attività manifatturiere può essere analizzata distinguendo tra diverse tipologie di committente.

Nell'Osservatorio di quest'anno è stata introdotta una nuova dimensione dell'analisi. Si è infatti richiesto alle imprese di indicare le tipologie di committenti serviti, distinti tra: stilisti, marchi industriali noti, altri marchi industriali, converter e mediatori, grossisti, grande distribuzione.

Il committente stilista più di tutti concentra la sua attività nelle competenze cosiddette immateriali e cerca quindi un partner produttivo che lo sgravi dai compiti più direttamente produttivi e sia in grado di risolvere problemi e proporre soluzioni. Vicino a questo approccio, ma con qualche competenza diretta in più si trova anche il marchio industriale noto, anche in questa tipologia i fattori soft e immateriali, dal brand management, allo sviluppo delle reti distributive proprie tende a ridurre lo spazio per le competenze di tipo manifatturiero.

Queste ultime restano invece più nettamente presenti negli altri marchi industriali che nella organizzazione della produzione, all'interno o all'esterno dell'impresa, secondo le convenienze trovano i loro maggiori punti di forza.

I mediatori e converter da un lato e i grossisti dall'altro sono due tipologie simili che differiscono per la tipologia di prodotti intermediati, più tessili i primi, più dell'abbigliamento i secondi, si tratta di soggetti prevalentemente concentrati sulle attività distributive con poca o nessuna competenza nel campo della organizzazione della produzione.

La grande distribuzione, come gli stilisti, ma per altra via concentra

le sue competenze sugli aspetti immateriali quali distribuzione, appunto, e comunicazione.

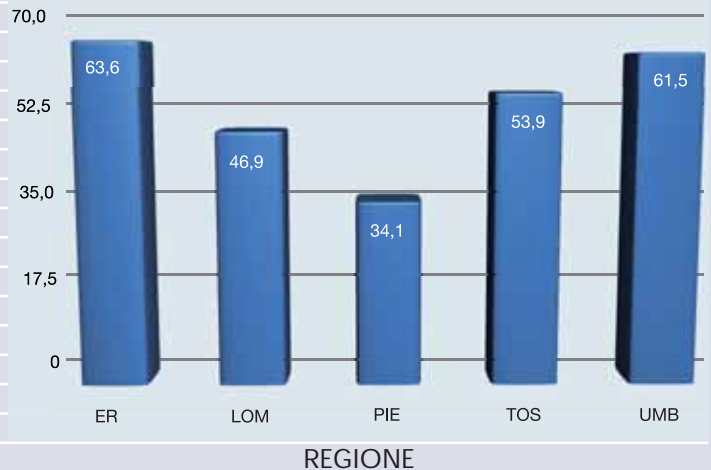
Le differenti tipologie si riflettono in rapporti differenziati. Le imprese che servono gli stilisti per oltre la metà (56%) dichiarano di avere un rapporto con il committente propositivo, una percentuale molto simile a quella delle aziende che operano con la grande distribuzione (54%) e, quindi quote molto basse di imprese con puri compiti esecutivi (rispettivamente il 24% e il 34%). In questi casi cioè i committenti si aspettano dai subfornitori una capacità autonoma di risolvere problemi di tipo manifatturiero-produttivo, proponendo soluzioni e collaborando attivamente con il committente che cerca un problem-solver in campo produttivo e non un puro esecutore di servizi.

Anche i converter e mediatori e i grossisti tendono a richiedere maggiormente un approccio propositivo al subfornitori, sia pure con intensità differenziata tra le due tipologie (tra i converter e mediatori sono inclusi anche soggetti in particolare nel tessile che posseggono direttamente anche competenze produttive). Tra i committenti di natura più industriale, ricercano maggiormente partner propositivi i marchi più noti, che vanno assumendo sempre di più la connotazione di imprese della moda, ormai di natura diversa da quella dell'azienda manifatturiera, dimensione spesso originaria di queste imprese, soprattutto in Italia. La tipologia di committenti che invece cerca più frequentemente partner esecutivi, ma in ogni caso con una componente elevata di collaboratività è quella delle imprese industriali che non posseggono un marchio noto.

LE TIPOLOGIE DI COMMITTENTI

La suddivisione per natura dei committenti è significativa nel definire alcune importanti caratteristiche dei rapporti tra commit-

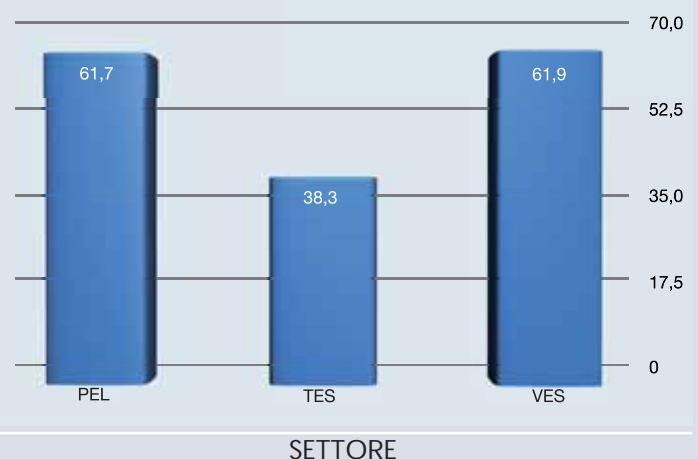
% di imprese subfornitrici che utilizzano subfornitori di secondo livello. Per regione



% di imprese subfornitrici che utilizzano subfornitori di secondo livello. Per dimensione d'impresa



% di imprese subfornitrici che utilizzano subfornitori di secondo livello. Per settore



tente e subfornitore.

Nel questionario è stato richiesto alle imprese rispondenti di indicare le tipologie dei propri committenti, con la possibilità di risposte multiple, quando più tipologie fossero presenti nel portafoglio committenti.

L'analisi delle risposte mette in luce che le due tipologie di committenti più importanti sono: i marchi con cui opera quasi il 54% delle imprese di subfornitura e le altre

imprese industriali, senza marchio noto, che contano per il 47,1%. Decisamente inferiori sono, invece, le percentuali relative alle collaborazioni con altri soggetti: converter e altri mediatori vengono indicati nell'11,6% dei casi, stilisti e grossisti hanno una quota simile (6,5%), mentre la grande distribuzione conta per solo l'1,9%.

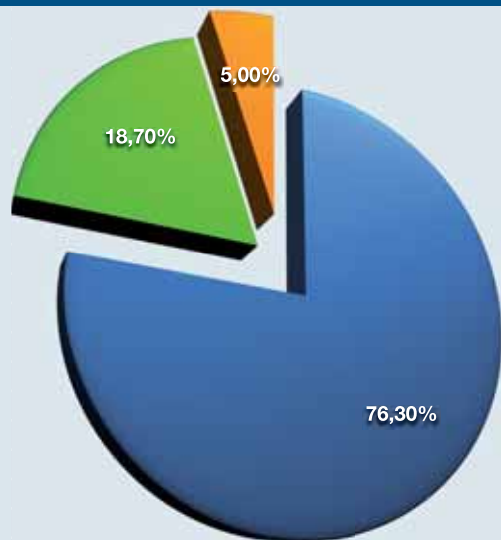
La tipologia di committente influenza anche altre caratteristiche del rapporto di subfornitura. Tra questi il grado di dipendenza del subfornitore, misurato, come già visto in precedenza dalla quota del fatturato del subfornitore rappresentato dal committente più importante.

I subfornitori che operano con gli stilisti sono più dipendenti. Il rapporto tende a diventare più esclusivo, per oltre il 55% delle imprese il principale committente rappresenta oltre la metà del fatturato. Ma esiste anche una quota ampia di imprese (il 43%), plausibilmente gli specialisti di alcune fasi, per i quali, invece il grado di dipendenza è molto basso, i livelli di dipendenza intermedi sono invece pressoché inesistenti.

Al contrario tra i subfornitori che

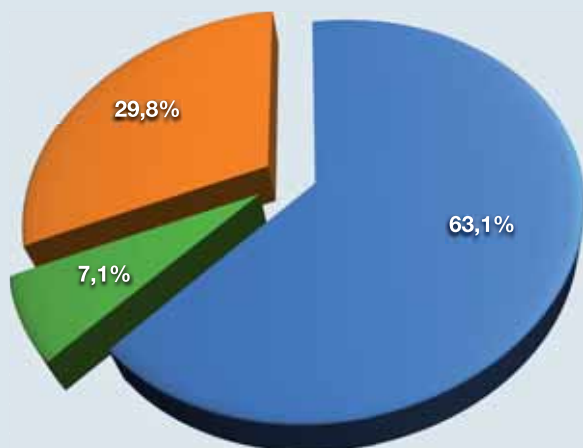
operano con il modo della grande distribuzione e con l'ingrosso la quota di coloro per i quali oltre la metà del fatturato è realizzata con un solo committente è molto bassa. Tra i subfornitori delle imprese industriali, la tipologia per cui la numerosità delle risposte è più ampia e quindi i dati più robusti, la differenza è netta tra chi opera con i marchi noti (per il 38% di questi il primo committente supera il 50% del fatturato) e chi opera con le altre imprese (per meno del 20% il primo committente supera il 50% del fatturato). Se si limita l'analisi ad un comparto omogeneo, quello del vestiario, i dati risultano ancora più netti: nel caso dei subfornitori che operano con gli stilisti la percentuale dei molto dipendenti da un solo committente sale al 67%, mentre nel caso di chi opera con grossisti o grande distribuzione, nessuna impresa dichiara di dipendere per oltre il 50% del fatturato dal committente più importante. Sono invece sostanzialmente allineate, con il 36% di imprese che dipendono per oltre la metà del fatturato da un solo committente, le imprese industriali sia con marchio noto che non.

Il fatturato per area geografica



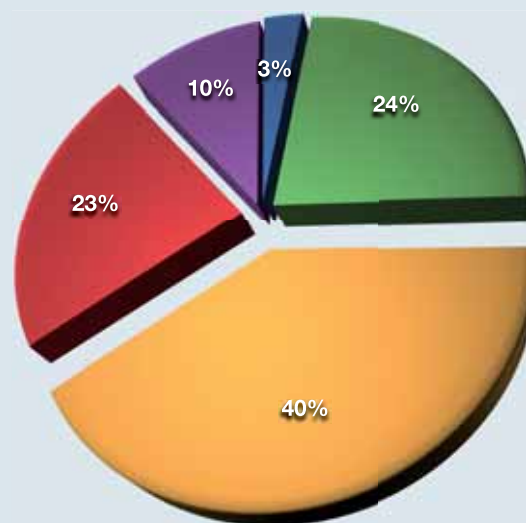
● In Regione ● Nel resto d'Italia ● All'Estero

Distribuzione delle imprese esportatrici della subfornitura per anni di presenza sui mercati internazionali (più o meno di 5 anni)



● > 5 anni ● < 5 anni ● Occasionalmente

Importanza delle commesse all'estero sul fatturato delle imprese (dinamica negli ultimi 5 anni)



● Aumentata molto ● Aumentata ● Rimasta stabile
● Diminuita ● Diminuita molto

I MERCATI

La geografia dei committenti
I dati sui mercati di sbocco, sono quelli che nelle edizioni del rapporto sono rimasti più stabilmente immutati, rappresentando uno dei punti deboli del sistema della subfornitura della moda.

La localizzazione della committenza è influenzata dalla dimensione delle imprese e dalla minore disponibilità di capacità, mezzi e competenze delle piccole imprese, per la ricerca e la gestione dei contatti con clienti lontani, ma un'influenza importante hanno anche le caratteristiche proprie del modello distrettuale proprio del sistema industriale italiano.

I risultati dell'indagine non offrono spazio a dubbi: il 76,3% del fatturato delle imprese viene realizzato all'interno della regione; le lavorazioni per committenti esteri contribuiscono solo il 5% del totale.

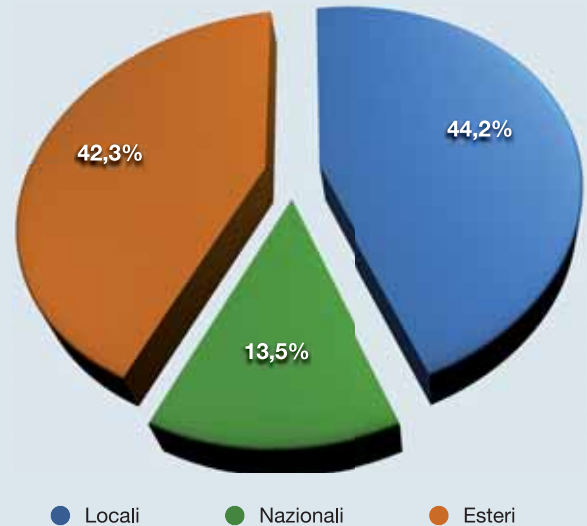
Questa stabilità, in parte giustificata dalla dinamica poco vivace dei mercati esteri nell'ultimo quinquennio, dipende sia dalle quote di fatturato all'estero realizzate dalle singole imprese che non aumentano, sia da una scarsità di nuovi entranti tra le

aziende esportatrici.

L'Umbria è la regione che manifesta un maggiore orientamento verso la committenza estera, con una quota di fatturato all'estero pari al 17,2% del totale, contro una media del 5%. Si scende poi al 6,7% della Lombardia. Le percentuali delle altre regioni sono inferiori al 5% e l'Emilia-Romagna presenta in assoluto il valore più basso.

Anche i rapporti con committenti di altre regioni non sono particolarmente diffusi, contribuendo a meno di un quinto del fatturato. Anche in questo caso si distingue l'Umbria dove la percentuale sale al 34,6%, quindi quasi il doppio del dato medio. Il confronto con i dati del 2006 mette in luce un consistente calo del fatturato estero dell'Emilia-Romagna e un deciso rafforza-

I principali concorrenti delle imprese intervistate per area geografica



I principali concorrenti delle imprese intervistate per area geografica e tipologia di committente. Settore Vestiario

	LOCALI	ALTRI NAZIONALI	ESTERI	TOTALE
stilisti	13%	22%	65%	100%
marchi industriali noti	24%	19%	58%	100%
altre imprese industriali	54%	7%	39%	100%
converter e mediatori	46%	26%	27%	100%
grossisti	24%	14%	62%	100%
grande distribuzione	22%	39%	39%	100%

Una rete per la subfornitura

Il Comitato Network Subfornitura, la struttura che ha realizzato e gestisce la prima Banca Dati interattiva e dinamica di aziende subfornitrici che ospita quasi 6000 imprese, è in libera consultazione sul sito www.subfor.net, e si pone come strumento di promozione per le Pmi italiane che vogliono farsi conoscere da potenziali committenti per sviluppare rapporti di affari.

Il Comitato Network, che fa capo alle Unioni Regionali delle Camere di Commercio di Basilicata, Lombardia, Emilia-Romagna, Piemonte, Toscana, Umbria, al Centro regionale per la Subfornitura del Friuli Venezia Giulia, ad Unioncamere Italiana Ucimu (Associazione di Categoria dei Produttori

di Macchine Utensili) e CNA nazionale, è presieduto dal ravennate Glauco Cavassini, al terzo mandato.

La consultazione delle offerte e richieste presenti nella bacheca imprese è libera per tutti i visitatori del sito; per rispondere a un'inserzione o per inserirne una propria è invece necessario registrarsi. Le imprese che sono già registrate alla Banca Dati Subfor possono pubblicare in una "bacheca" le proprie inserzioni anonime relative a domanda e offerta di prodotti o servizi, indicando il settore merceologico di appartenenza. Anche le aziende non ancora appartenenti alla Banca Dati Subfor possono accedere alla Bacheca Imprese per rispondere, sempre in modo anonimo, alle inserzioni presenti.





mento del mercato regionale. Il settore tessile manifesta il più forte legame con il territorio di appartenenza dove realizza l'82% del fatturato totale. Il vestiario si presenta più svincolato dai legami locali con un fatturato regionale che non raggiunge il 70%. Nei rapporti con i committenti delle altre regioni non si evidenziano differenze significative tra i settori, che sono invece palesi rispetto alla committenza estera, assolutamente poco importante per le

imprese della pelle e del tessile, mentre contribuisce all'11,2% del fatturato delle imprese del vestiario.

La dimensione aziendale influisce sulla geografia dei mercati di sbocco, ma i dati rivelano differenze non così eclatanti come ci si sarebbe potuti attendere. Sul fronte della dipendenza dal mercato locale, tra le aziende minori (0-19 addetti) e quelle più grandi (più di 50 dipendenti) esistono solo 15 punti di distacco: per le prime la committenza in

ambito regionale contribuisce all'80% del fatturato, per le seconde al 65%. Il territorio della regione di appartenenza costituisce lo zoccolo duro su cui si sviluppa l'attività di subfornitura indipendentemente dalle dimensioni. Per contro, l'operatività sui mercati esteri sembrerebbe più influenzata da quanto è grande l'impresa: a fronte del 3,1% della classe con meno di 20 dipendenti, si contrappone il 15,4% delle imprese con più di 50 addetti.

Al via il Sistema di Rintracciabilità nel comparto moda

La Camera di Modena partecipa al progetto elaborato da ITF - Italian Textile Fashion organismo delle Camere di commercio dei distretti tessili italiani

Qualificare la propria produzione, grazie ad una maggiore trasparenza sulle fasi del processo produttivo: è questa la finalità principale che ha portato all'elaborazione di un sistema di rintracciabilità della filiera moda, un'esigenza avvertita non solo dai territori produttivi, ma anche dalle associazioni di categoria. L'associazione ITF Italian Textile Fashion, organismo di coordinamento delle Camere di Commercio italiane per lo sviluppo e la tutela della filiera della moda, con la collaborazione tecnica di Dintec e Centrocot, ha realizzato un progetto per la valorizzazione delle produzioni dei settori tessile/abbigliamento/calzaturiero/pelletteria attraverso un sistema volontario di rintracciabilità ed etichettatura.

Gli obiettivi del sistema realizzato si rivolgono alle imprese ed ai consumatori. Per le aziende, consistono nello sviluppo di approcci volontari atti a individuare e valorizzare quei requisiti non obbligatori che possono qualificare il prodotto differenziandolo da quello convenzionale e renderlo maggiormente appetibile sul mercato. Per i consumatori, sempre più attenti ed esigenti, possono avere la certezza di acquistare un prodotto di cui si conosce tutta la filiera e la storia, comunicata chiaramente in un'apposita etichetta, che sancisce la provenienza di ciascuna delle fasi di lavorazione.

A ciascuna azienda aderente ITF rilascerà

un Certificato di Rintracciabilità ed apposite etichette da applicare sui prodotti per renderli riconoscibili dagli acquirenti finali. L'impresa che intende avviare il percorso dovrà disporre di un sistema organizzativo e documentale tale da dimostrare il luogo (Paese) dove sono avvenute tutte le fasi di lavorazione del prodotto e assoggettarsi alle verifiche periodiche del sistema di rintracciabilità. In pratica, un vero e proprio "curriculum" del capo

"E' per un progetto che pone in primo piano il rilancio dell'industria della moda italiana, leader internazionale del tessile di qualità" dice Luca Mantellassi presidente di Italian Textile Fashion -Con questa iniziativa ambiziosa, che abbiamo condiviso con gli imprenditori e con le associazioni di settore, in particolare SMI e le associazioni artigiane, vogliamo dare risposta all'esigenza di tutelare il consumatore nelle scelte di acquisto attraverso la tracciabilità dei capi. Il cliente ha bisogno di certezze su cosa sta comprando, perché vuole fare una scelta consapevole, anche per tutelare la propria salute". Un'esigenza a cui si può dar risposta solo attraverso il coinvolgimento e la collaborazione delle imprese tessili per l'abbigliamento e, soprattutto, dei confezionisti che, in questo modo, possono qualificare se stessi e i propri fornitori.

La Camera di Commercio di Modena, che vanta sul proprio territorio l'area di Carpi,

uno dei distretti storici della moda italiana, ha aderito al progetto e si sta impegnando per la promozione dell'iniziativa e la diffusione di questa pratica nelle imprese.

Per informazioni:
Camera di Commercio di Modena,
tel. 059/208259, info@mo.camcom.it.

Anche i "Capi" hanno un curriculum. Richiedilo

ITF Italian Textile Fashion

Etichetta di tracciabilità di ITF



Qualità dello sviluppo, solidarietà, piena occupazione: risorse per 806 milioni

La crescita? Buona, se vale per tutti

di Elena Turriani

Si è insediato lo scorso 31 gennaio il Comitato di sorveglianza che dovrà verificare la Programmazione regionale (Por) in attuazione delle risorse previste dal Fondo sociale europeo per l'Emilia-Romagna – complessivamente 806 milioni di euro dal 2007 al 2013 – destinate alle politiche per la formazione e del lavoro regionali e provinciali. Il Fondo, nato nel 2006, sostiene le politiche degli Stati membri volte a realizzare la piena occupazione, la qualità e la produttività sul lavoro, a promuovere l'inclusione sociale – compreso l'accesso all'occupazione delle persone svantaggiate – e a ridurre le disparità occupazionali a livello nazionale, regionale e locale.

Compito del Comitato è di vigilare sugli obiettivi, ambiti e assi di intervento che la Regione metterà in atto: presieduto dall'assessore regionale alla Scuola, formazione professionale, università, lavoro e pari opportunità Paola Manzini, il Comitato si riunisce due volte l'anno, ed è composto, tra gli altri, dal responsabile Fse della Regione Emilia-Romagna, rappresentanti dell'autorità di gestione del Programma Operativo, un referente del ministero del Lavoro e della previdenza sociale, uno del ministero del Tesoro, del bilancio e della programmazione economica; infine, un rappresentante designato dalla Commissione Ue, che partecipa ai lavori con voto consultivo.

Con l'insediamento del Comitato,

prende il via la programmazione regionale che per i prossimi sette anni si pone come obiettivo la crescita economica e sociale del territorio e il suo impatto occupazionale, coniugando la qualità dell'occupazione e la valorizzazione delle risorse umane con la qualità dello sviluppo economico e la coesione sociale. “La cifra a disposizione è significativa – spiega l'assessore Manzini – e sarà destinata alla qualificazione e al potenziamento dell'offerta di opportunità formative e di inserimento lavorativo e agli investimenti sul capitale umano, in rapporto con i progetti di innovazione e trasferimento tecnologico”. Dopo la presentazione e l'approvazione del regolamento del Comitato, sono state illustrate le modalità e gli strumenti di attuazione e approvati i criteri di selezione dei progetti. “Abbiamo sottoscritto un accordo con le nove province della regione, il quale è stato poi tradotto in intese provincia per provincia – sottolinea l'assessore – in modo che gli obiettivi del Piano siano effettivamente declinati sulla base della realtà presente in ogni territorio”.

Gli obiettivi sono stati divisi in diversi assi di intervento: il mantenimento e l'innalzamento delle competenze dei lavoratori, la promozione del successo formativo dei giovani e la qualificazione delle professionalità degli adulti disoccupati, delle donne, degli over 45 e di tutti quei soggetti a rischio di esclusione dal mercato del lavoro; l'accompagnamento al lavoro

delle persone diversamente abili; l'istituzione di reti tra università e imprese per sostenere il trasferimento tecnologico dal mondo della ricerca alle imprese.

Sono state definite, inoltre, due priorità trasversali – pari opportunità e interculturalità – che la Regione si impegna a promuovere nella fase di preparazione, attuazione, monitoraggio e valutazione di tutti i Programmi operativi. Verranno quindi garantite pari opportunità di accesso ai fondi, indipendentemente dal sesso e dalla cultura di appartenenza: il superamento della disuguaglianza tra uomini e donne nel mercato del lavoro e l'integrazione educativa, formativa e sociale degli immigrati sono infatti alla base degli obiettivi di sviluppo economico e di coesione sociale.

Partendo dagli obiettivi generali, gli interventi saranno tarati sulle esigenze dei singoli territori, come spiega Francesca Bergamini responsabile del servizio Programmazione e valutazione dei progetti dell'assessorato: “Le programmazioni provinciali, definite nel confronto con le parti sociali, saranno fondate sulle effettive peculiarità dei territori sia in termini di contesto economico e produttivo sia in termini di condizioni sociali e demografiche” ■

Por-Fondo sociale europeo: si è insediato il Comitato di sorveglianza

di Nicoletta Canazza

Emanato il terzo bando per sostenere la rete della ricerca industriale

“Officine dell’innovazione” In campo nuove risorse



Tra le finalità del provvedimento l’individuazione di chiari obiettivi di ricaduta industriale

L’Emilia-Romagna rilancia la programmazione strategica in materia di sostegno alla ricerca industriale, innovazione e trasferimento tecnologico. Dopo il primo bando (Dgr 333/2004) che dava il via alla rete di laboratori di ricerca industriale e dei centri per l’innovazione, ne ha aperto un secondo (Dgr 1853/07) per il consolidamento degli stessi soggetti che – in attuazione della Misura 3.4 Azioni A (Laboratori di ricerca e trasferimento tecnologico) e B (Centri per l’innovazione) del Programma per la ricerca industriale, innovazione e trasferimento

tecnologico (Pririt) – punta a dare continuità al sistema della ricerca regionale per favorire una sua maggiore riconoscibilità da parte delle imprese.

In pratica, la Regione potenzia lo scambio tra mondo della ricerca e mondo produttivo avviando un percorso di adeguamento e riorganizzazione dei laboratori e dei centri per l’innovazione finalizzato a rendere le strutture sempre più in grado di rispondere in maniera efficace e professionale alle esigenze del sistema economico emiliano-romagnolo. “L’Emilia-Romagna – spiega Duccio Campagnoli, assessore regionale alle Attività produttive – è uno dei luoghi che rendono possibile l’incontro tra mondo della ricerca e impresa. È qui che vive quella parte di industria che non si rassegna a una situazione critica e reagisce con la forza delle idee e dell’innovazione”.

Per dare continuità ai gruppi di ricerca – specie ai giovani – e affinare le metodologie del trasferimento tecnologico, la Regione ha anche approvato un nuovo programma con una

dote di 10 milioni per sostenere la specializzazione ulteriore dell’attività dei laboratori e dei centri. “La priorità – sottolinea l’assessore – è far crescere i lavoratori della conoscenza e realizzare, a partire dai laboratori già avviati, una rete regionale per l’alta tecnologia. Con università e enti di ricerca dobbiamo creare strutture dedicate e accreditate per lavorare con le imprese, delle vere e proprie officine dell’innovazione”.

Tra gli scopi del nuovo bando – che scadrà il prossimo 30 aprile, come da delibera di proroga n. 163 emanata lo scorso 11 febbraio – figurano l’individuazione di chiari obiettivi di ricaduta industriale delle attività realizzate e dei settori interessati; la razionalizzazione della rete di laboratori e dei centri favorendo i processi di aggregazione, fusione e partenariato; il sostegno del processo di accreditamento regionale che dovrebbe dare qualità e visibilità all’intero sistema.

I laboratori e i centri della rete ad alta

tecnologia hanno così presentato o si avviano a presentare a breve i nuovi programmi da svolgere nei successivi 18 mesi mirati a favorire lo sviluppo organizzativo delle strutture e rafforzare le modalità di svolgimento delle attività.

Ammesse al contributo regionale le spese per strumenti e attrezzature, ma anche per il personale di laboratorio, per licenze e software, per utilizzo di laboratori esterni alla rete. Molte le realtà che contano sui nuovi fondi. “Siamo stati tra le prime università a muoverci verso le imprese – spiega Angelo Andrisano, direttore del dipartimento di Ingegneria meccanica all’ateneo di Modena e responsabile del Simec – e figuriamo oggi tra le otto realtà che compongono il polo dei laboratori meccanici. Diverse le collaborazioni in atto, oltre ad altre già pianificate, con imprese leader del territorio come Case NH, Sir, Ctf, Lombardini motori. I fondi del bando ci permetteranno di potenziare soprattutto progetti di ingegneria



Duccio Campagnoli
assessore regionale
Attività produttive

veicolare, trasmissioni meccaniche e ingranaggi, metodi di progettazione, un'attività che l'università porta avanti con gli atenei di Bologna e Padova".

La meccanica è però solo uno dei poli di ricerca che dialoga da tempo con le aziende. Un altro, attivato all'Università di Ferrara, sta sviluppando progetti in materia di scienze della vita e salute. Altri ambiti di ricerca riguardano l'agroalimentare, l'edilizia, l'Ict, energia e ambiente. Il bando consolida così un'esperienza avviata ben tre anni fa e prepara la definizione del quadro per la gestione della rete ad alta tecnologia, per il suo radicamento sul territorio regionale e la sua evoluzione.

Intanto, insieme al nuovo programma per sostenere la continuità e la specializzazione ulteriore dell'attività dei laboratori e dei centri, la Regione ha attivato una procedura in base alla quale, attraverso un ente specializzato, provvederà all'accreditamento e alla certificazione di qualità dei laboratori come strutture efficaci per svolgere ricerche industriali in collaborazione con le imprese. I laboratori che risulteranno accreditati entreranno a far parte di una vera e propria associazione, la "Rete dell'alta tecnologia dell'Emilia-Romagna", che affiancherà Aster, l'ente incaricato della promozione territoriale (www.aster.it).



Al programma regionale le imprese rispondono con un'azione strutturale di rafforzamento dell'attività di ricerca, che registra in media quasi due nuovi assunti, neolaureati in materie tecnico-scientifiche, per azienda. Quindi quasi 900 nuovi ricercatori assunti per un impegno nei progetti attivati dalle imprese: di questi più del 50% dopo il primo anno sono già assunti a tempo indeterminato. Inoltre, sono stati attivati circa 700 contratti di collaborazione fra le imprese e le università ed enti di ricerca e, a oggi, vi sono cento brevetti nuovi già depositati. Tutto il sistema regionale si muove quindi verso l'economia dell'innovazione e della conoscenza, obiettivo che sarà perseguito dalle politiche regionali, anche attraverso il Programma Fesr 2007-2013, incentrato proprio sull'attuazione della strategia di Lisbona a livello regionale ■



I NUMERI

Un network che ha creato 1.500 nuovi occupati ad altissimo livello

La rete regionale ad alta tecnologia

La rete ad alta tecnologia dell'Emilia-Romagna è formata da 57 "nodi" (27 laboratori di ricerca industriale e trasferimento tecnologico, 24 centri per l'innovazione e sei parchi per l'innovazione) che, da Piacenza a Rimini, compongono il network voluto dalla Regione per garantire al territorio un sistema per la ricerca industriale. Una volta a regime, nella rete saranno impegnati 550 ricercatori, di cui 236 già in organico nelle università e negli enti di ricerca e 313 nuovi assunti.

Prevista dalla legge regionale e dal Programma attuato nel 2004, la realizzazione della Rete ad alta tecnologia dell'Emilia-Romagna (Ric) è stata possibile grazie al contributo della Regione che vi ha impegnato 35,2 milioni di risorse. Il programma ha sostenuto soprattutto la presentazione di progetti di ricerca da parte delle imprese. Il primo bando ha selezionato 182 progetti, con 300 nuovi ricercatori impegnati e 234 contratti di collaborazione attivati dalle imprese con università ed enti di ricerca. Al secondo bando hanno partecipato

oltre 800 imprese, di cui oltre 600 ammesse al processo di selezione in corso. Risultati analoghi sono attesi dal terzo bando, i cui termini scadranno il prossimo 30 aprile. Un impegno significativo che si è tradotto in un risultato importante in termini di occupazione con circa 1.500 nuovi occupati nel settore della ricerca, collocando l'Emilia-Romagna tra le 22 regioni europee di eccellenza per le politiche innovative. Sette le aree di ricerca su cui laboratori e centri svilupperanno progetti anche sulla base di manifestazioni d'interesse espresse dal mondo dell'impresa: alta tecnologia meccanica, agroalimentare, edilizia e materiali per costruzioni, Ict, scienza della vita e salute, energia ambiente e sviluppo sostenibile, innovazione organizzativa (www.retealtatecnologiaemiliaromagna.it).

Fa già scuola, del resto, l'accordo interregionale in tema di ricerca e trasferimento tecnologico siglato tra Emilia-Romagna, Lombardia e Piemonte nel 2007 ■

Pubb

Le priorità a giovani, territori "svantaggiati" e aggregazioni tra imprese

Sviluppo rurale Fondi per 1,5 miliardi

di Elena Turrini

Permanenza dei giovani in agricoltura, mantenimento delle aziende nei territori svantaggiati e aggregazione delle imprese agro-alimentari. Sono le tre scommesse che si impegna a vincere il nuovo Programma di sviluppo rurale 2007-2013 (Psr) - approvato dalla Regione all'inizio del 2007 - che beneficerà di finanziamenti pari a 934 milioni di euro, provenienti in parte dall'Unione europea (Fondo europeo per lo sviluppo rurale - Feasr) e in parte dalla compartecipazione statale e regionale. Per il settennio, la Regione avrà a disposizione 75 milioni in più rispetto alla precedente programmazione: risorse che, con la quota di cofinanziamento privato, consentiranno di attivare investimenti per una cifra globale superiore a 1,5 miliardi di euro.

La Regione Emilia-Romagna è stata la prima in Italia ad avere l'approvazione formale della Commissione sviluppo rurale della Ue, a cui è seguito l'ok definitivo della Commissione europea lo scorso 12 settembre. E l'iter continua a rispettare in pieno la tabella di marcia: nel mese di settembre la Regione e le amministrazioni provinciali si sono messe all'opera per elaborare i bandi di finanziamento, e lo scorso 7 dicembre si è svolta la riunione di insediamento del Comitato di sorveglianza per l'attuazione del Psr, presieduto dal Direttore regionale all'Agricoltura Valtiero Mazzotti: dopo l'approvazione del regolamento interno del Comitato, sono stati esaminati i Programmi rurali integrati provinciali (Prip) - elaborati dalle singole Province assieme alle Comunità Montane - nei quali vengono definite nel dettaglio le esigenze locali a cui adattare le scelte regionali. Rispetto alla precedente programmazione viene valorizzato il ruolo degli enti territoriali che

potranno gestire direttamente il 65% delle risorse complessive (prima era il 30%) tarandole ad hoc sulle problematiche locali.

I progetti sono suddivisi nei quattro assi di intervento: asse 1, "Competitività del settore agricolo e forestale", che potrà contare su 383 milioni di euro, asse 2, "Miglioramento dell'ambiente e dello spazio rurale", 397 milioni, asse 3, "Qualità della vita e diversificazione delle zone rurali", 97 milioni, e asse 4, "Attuazione dell'approccio leader", circa 48 milioni. Altri 9 milioni saranno destinati all'assistenza tecnica: "Tutti questi fondi - spiega l'assessore regionale all'Agricoltura Tiberio Rabboni - non saranno distribuiti a pioggia, ma finalizzati al sostegno di progetti imprenditoriali".

Le parole d'ordine del nuovo Psr sono mercato, territorio e multifunzionalità: "Con questo piano - ha sottolineato Rabboni - non dettiamo una disciplina di comportamenti, ma vogliamo offrire un insieme di opportunità di sviluppo al sistema agroalimentare regionale, con un plus di attenzione in più per i problemi legati allo spopolamento della montagna e all'insufficiente ricambio generazionale in campagna".

Una fetta significativa delle risorse verrà impiegata per arginare il problema dell'abbandono dell'attività agricola nelle zone appenniniche svantaggiate, dove l'assenza di "successori" e il reddito insufficiente provocano la chiusura di molte aziende.

In questa direzione i fondi del Psr punteranno su due aspetti principali: multifunzionalità delle imprese agricole, per garantire i redditi che la sola attività agricola non riesce più ad assicurare, e valorizzazione commerciale delle risorse ambientali, culturali ed enogastronomiche locali da parte dei soggetti pubblici e privati tra loro associati.

Per le zone in ritardo di sviluppo è prevista un'assegnazione complessiva potenziale di oltre il 40% delle risorse disponibili e, in particolare, l'asse 4 "Attuazione dell'approccio leader" vede più che raddoppiati i fondi a disposizione - 48 milioni di euro - per le iniziative promosse dalle stesse aziende del territorio.

Il programma punta anche sui giovani, con una dotazione ad hoc di 84 milioni di euro: per favorire il turnover nei campi viene elevato da 15mila ad un massimo di 40mila euro l'importo del premio di primo insediamento; inoltre i progetti presentati dagli under 40, a parità di altre condizioni, avranno la priorità nell'accesso ai fondi ■

E da oggi gli enti locali potranno gestire direttamente il 65% dei fondi



di Enrico Vincenzi

Già sei gli accordi sottoscritti con il contributo di Enti locali, Regione, imprese e sindacati

Ex zuccherifici Al via la riconversione

Con la sottoscrizione avvenuta in dicembre degli accordi per Pontelagoscuro (Ferrara) e Forlimpopoli (Forlì-Cesena) si è sostanzialmente conclusa la lunga e complessa vicenda della riconversione degli ex-zuccherifici dismessi dopo il 2005 a seguito della nuova Organizzazione Comune di Mercato europea per lo zucchero. All'elenco degli accordi conclusi manca ancora quello di Ostellato (Ferrara). Per questo ex-zuccherificio si è in attesa, dopo il diniego degli Enti locali a una prima ipotesi avanzata dalla proprietà, di una nuova

Gli impianti produrranno agroenergie e alimenti di qualità

proposta di riconversione. Le sei operazioni concordate e sottoscritte da imprese, sindacati, Enti locali e Regione prevedono nuove attività in due ambiti particolarmente innovativi: quello delle agroenergie e quello delle produzioni alimentari di qualità a elevato valore nutrizionale. Al primo fanno riferimento gli



accordi per la riconversione di tre strutture: quello di Russi (Ravenna) dove nascerà un polo energetico da 30 Mw composto da una centrale elettrica alimentata da pioppo prodotto in loco, da un generatore di elettricità funzionante a biogas derivante dal trattamento dai reflui degli allevamenti suinicoli circostanti e dall'installazione

di un impianto fotovoltaico; quello di Finale Emilia (Modena) dove si realizzerà una centrale termoelettrica da 12,5 Mw alimentata esclusivamente da biomasse vegetali, in particolare sorgo da fibra, provenienti da coltivazioni locali in un raggio di 50 Km dall'impianto; quello di Bondeno (Ferrara), dove accanto a nuove attività di caratte-

LA STORIA

L'esperienza della Babbini di Civitella (Fc), che vende presse elicoidali in tutto il mondo
Ma sul saccarifero le aziende regionali fanno scuola

L'ultima frontiera è la Cina, dove si è affacciata per la prima volta in una missione organizzata da Unioncamere italiana. Nel paese del Dragone, la Babbini di Civitella (piccolo centro in provincia di Forlì-Cesena), cerca un'ulteriore espansione alla crescita che l'ha portata a diventare leader mondiale nel settore saccarifero dove opera nella costruzione di presse elicoidali continue disidratanti utilizzate negli zuccherifici per i residui della lavorazione di barbabietola.

È un mercato di nicchia in cui l'impresa romagnola si è ritagliata uno spazio di rilievo: sono circa 800 le presse Babbini installate nel mondo dall'intero Nord America ad alcuni paesi del sud del continente, a quasi tutta l'Europa, al nord Africa, all'India, al

Giappone, all'Australia per una quota del 65% a livello mondiale. Investimenti in ricerca e sperimentazione per mantenere ed estendere la già consistente fetta di mercato sono una costante per la Babbini che dall'ingresso nel gruppo Cangialeoni, nel 2001, ha ricevuto nuovo slancio per le proprie potenzialità produttive. Ora la tappa di Pechino apre nuove prospettive. "La strada dell'export è obbligata – precisa Piero Prati, direttore di Babbini, da 40 anni in azienda – ci stiamo espandendo con successo nell'Europa dell'Est e ora ci siamo affacciati in Cina con questa iniziativa, in cui contatti presi stanno già producendo riscontri concreti. L'obiettivo – conclude Prati – è di realizzare presto una missione di filiera specifica del settore dello zucchero" ■



re industriale, artigianale e di servizio verrà realizzato un piccolo impianto per la produzione di energia elettrica alimentato ad olio di origine vegetale.

Al secondo ambito si riferiscono invece le riconversioni degli altri tre impianti: quello di Pontelagoscuro (Ferrara) con la realizzazione nel comune di Argenta (Ferrara) di una attività per la produzione e la commercializzazione di trasformati e derivati a base di pomodoro, di sughi pronti e di derivati della frutta e alimenti per l'infanzia; quello di Forlimpopoli (Forlì-Cesena) dove è prevista la realizzazione di nuovi alimenti per consumi fuori casa e prodotti salutistici, e infine quello di San Pietro in Casale (Bologna) con la riproduzione di contenitori alimentari biodegradabili in pura cellulosa, adatti per ogni tipo di applicazione in campo alimentare.

“Si tratta di accordi importanti – afferma l'assessore regionale all'Agricoltura Tiberio Rabboni – che offrono prospettive certe di occupazione per i dipendenti degli ex-zuccherifici e opportunità di coltivazione e quindi di reddito alle imprese agricole del territorio. Certamente l'agricoltura dell'Emilia-Romagna si attendeva molto di più dalla riconversione di un comparto quantitativamente e qualitativamente importante e che nel corso del tempo ha costituito una fondamentale fonte di reddito per gli agricoltori. L'amaro in bocca – aggiunge l'assessore Rabboni – è stato parzialmente contenuto dagli indennizzi disposti recentemente dall'Unione Europea a favore degli agricoltori che hanno dismesso la coltivazione di bietola e dal recentissimo buon andamento dei prezzi dei cereali”.

Nei prossimi mesi gli ex bieticoltori potranno poi beneficiare, attraverso i bandi del Psr 2007-2013, di un fondo di 25 milioni di euro per sostenere progetti di diversificazione rispetto alla precedente attività bieticola. La produzione di zucchero proseguirà in Emilia-Romagna negli impianti di Minerbio (Bologna) e di San Quirico (Parma). Il futuro del bieticolo-saccarifero regionale – e non solo – è affidato a queste due

IL PROGETTO

Previsti 5,5 milioni di quintali di quantità e 138 milioni di giro d'affari

Cereali, nasce la più grande “Op” di settore

Nascerà in Emilia-Romagna la più grande Op (Organizzazione produttori) di cereali in Italia. Tre Op già operative – Esperia, Cereali Romagna e Progeo – in rappresentanza di cinque imprese – Consorzio agrario di Ravenna, di Bologna e Modena, di Forlì-Cesena-Rimini, Termerse e Progeo – si fonderanno in Cereali Emilia Romagna. Davvero importanti i numeri della nuova unica Op: circa 8600 i soci-agricoltori per una produzione (dati 2007, peraltro anno di scarse produzioni) di oltre 2.100.000 quintali di grano tenero, 608mila quintali di grano duro, 788mila di mais, 35mila di soia e 32mila di girasole che sommati ad altri prodotti diventano 4.200.000 quintali di produzioni commercializzate. A regime Cereali Emilia Romagna commercializzerà 5,5 milioni di quintali per un giro d'affari di 138 milioni di euro.

“Vogliamo far partire dall'Emilia-Romagna un segnale importante di aggregazione dell'offerta da parte del mondo produttivo – dice Marco Pancaldi, presidente di Esperia – la crescita delle quotazioni dei cereali, ma anche dei costi produttivi, ci mette di fronte a nuove responsabilità: si tratta di impostare l'approccio giusto col mercato, dalle semine fino allo stoccaggio per ottenere il massimo riconoscimento economico per i nostri soci. Abbiamo puntato sui cereali, in particolare sul grano duro, non solo per fare più quantità ma per garantire all'industria pastaria la materia prima migliore. Uno sforzo che ha avuto un importante riconoscimento col rinnovo del

contratto con Barilla per la fornitura di 100mila tonnellate nel 2008”.

Il cda di Cereali Emilia Romagna (in carica per un triennio) sarà composto da 10 membri, i presidenti e i direttori delle cinque imprese coinvolte. “La nuova Op – aggiunge Pancaldi – non è però un soggetto chiuso ma dinamico che vuole recepire i bisogni del mercato e trasferirli al mondo produttivo in un ambito fortemente innovativo anche per quanto riguarda la capacità di stoccaggio”. Con la firma dell'accordo si apre un'importante opportunità di sviluppo per un comparto che, dopo molti anni di stagnazione, sta iniziando a produrre grandi soddisfazioni per gli agricoltori. Ne è convinto l'assessore regionale all'Agricoltura “Si viene a creare una massa critica fondamentale per attuare politiche di sviluppo di ampia portata, in grado di incidere sul mercato – dice Tiberio Rabboni – attraverso la programmazione della produzione, la concentrazione dell'offerta, la diversificazione qualitativa dei prodotti e il rapporto con l'intera filiera. Sono strumenti fondamentali per salvaguardare la competitività dell'azienda agricola, come abbiamo sperimentato con i recenti contratti quadro promossi dalla Regione, dalle Organizzazioni dei produttori e da Barilla, prima produttrice di pasta a livello europeo. Le diverse imprese che aderiscono all'Op “Cereali Emilia Romagna” potranno mettere in campo, proprio su questo aspetto strategico, importanti sinergie rispondenti a criteri di razionalità ed alle esigenze dei vari territori” ■

presenze e ai loro comprensori bieticoli. Dopo l'annunciata chiusura dello zuccherificio di Jesi (Marche) la produzione nazionale è affidata a quattro impianti: ai due emiliano-romagnoli, a quello veneto di Pontelongo (Padova) e a quello molisano di Termoli (Isernia). “I sei accordi di riconversione emiliano-romagnoli – conclude Tiberio Rabboni – hanno comunque dimostrato la buona reattività del nostro tessuto economico, sociale ed istituzionale. Senza il forte e diffuso senso di responsabilità che ci caratterizza,

molto difficilmente si sarebbe giunti al risultato conseguito. Si è lavorato per più di un anno e mezzo per costruire, giorno dopo giorno, le condizioni di fattibilità e di consenso per riconversioni altrimenti difficilmente praticabili, al punto che delle sette proposte iniziali, ben quattro hanno dovuto essere cambiate in corso di discussione. Ciò che ora conta è il nuovo che si è costruito. Ed è da qui bisogna proseguire per dare, nei tempi previsti, forma concreta alle riconversioni prospettate” ■

Per il "Parma" da 50 a 70 milioni di nuovi potenziali consumatori

Prosciutto in Cina Via libera ufficiale



Prosciutto di Parma è sbarcato ufficialmente in Cina, e scatta così il conto alla rovescia per il debutto sulle tavole cinesi delle sue prelibate fettine.

Dopo la partecipazione alla più importante fiera del settore a Shanghai nel novembre scorso, per il prosciutto parmense sono ora in

corso le grandi manovre di strategia commerciale per conquistare il mercato del gigante asiatico. "Per il nostro prodotto la Cina rappresenta un mercato di grande rilievo - spiega Stefano Fanti, direttore del Consorzio del Prosciutto di Parma -

che tra cinque-dieci anni diventerà probabilmente uno dei più importanti a livello mondiale. L'interesse per la Cina non è solo simbolico, per poter dire che siamo presenti, ma anche e soprattutto commerciale: il nostro obiettivo è riuscire a raggiungere in breve tempo il target di 50-70 milioni di cinesi più ricchi con un elevatissimo potere d'acquisto".

La strategia del Consorzio consiste dunque nell'affermare quella che Fanti definisce "la cultura del prodotto", fatta di costanti e puntuali azioni di informazione, comunicazione e marketing mirato a ristoranti selezionati, food shop esclusivi, hotel e gastronomie di qualità nei grandi centri commerciali delle febrili metropoli dell'ex-Celeste impero. Affermazione e conoscenza, dunque, della qualità del prodotto e del brand per conquistare i palati cinesi più esigenti, che sanno imporre e seguire nuove diete e nuove mode alimentari.

"Pechino, Honk Kong e Shanghai - prosegue Fanti - sono le aree pronte

già da subito a recepire con successo il nostro prodotto, che finora è stato sempre molto apprezzato da tutte le delegazioni cinesi cui lo abbiamo fatto provare. Si tenga conto che come alimento il salume fa già parte della dieta cinese, ma con gusto, qualità e consistenza completamente differenti dal "Parma" in quanto prodotto da un suino di razza diversa e notevolmente più piccolo".

Nei primi tre anni il Consorzio punta a realizzare sul mercato cinese un giro d'affari di circa due milioni di euro vendendo non più di 30mila prosciutti. Cifre ancora lontane dalle quote che vengono vendute in Paesi come gli Stati Uniti (30 milioni di fatturato e oltre 400mila prosciutti in media ogni anno) o in Giappone (10 milioni e oltre 100mila pezzi). L'obiettivo è anche quello di proporre in Cina le vaschette di preaffettato, un prodotto ormai di successo consolidato sia sul mercato statunitense che giapponese. "Intravediamo molte similitudini - prosegue il direttore del Consorzio - tra le potenzialità della Cina e quelle offerte dal mercato Usa, dove siamo arrivati oltre quota 430mila pezzi, ma dopo vent'anni di presenza. In questa fase, pertanto, il nostro approccio è abbastanza cauto e graduale anche perché permangono alcuni problemi amministrativi da risolvere con le autorità cinesi".

Nonostante infatti il via libera ufficiale di Pechino all'importazione, la commercializzazione effettiva del prosciutto di Parma è attualmente in stand-by, con le prime spedizioni ancora ferme in Cina presso le dogane in attesa del superamento delle ultime formalità burocratiche. "Stiamo facendo continuamente pressioni per accelerare le pratiche, anche grazie all'insostituibile aiuto dell'ambasciata italiana a Pechino. Avremmo dovuto avere anche un

importante sostegno dalla nuova missione di alcuni ministri in Cina, ma la caduta del governo ha annullato questa possibilità", afferma Fanti.

Intanto, volano nel 2007 le esportazioni soprattutto del preaffettato in vaschetta, le cui vendite hanno messo a segno un più 24,6% rispetto all'anno precedente, con circa 50 milioni di confezioni, pari ad oltre 5.200 tonnellate di prodotto. Di queste, 14 milioni di confezioni sono rimaste in Italia mentre 35 milioni hanno varcato i confini della penisola. Il trend di crescita del "Parma" preaffettato è sorprendente: dal 2000 i volumi sono triplicati passando da 15 a 50 milioni di vaschette. Anche il prodotto tradizionale cresce significativamente sui mercati d'Oltreoceano, trainato dal mercato statunitense. Nei quattro principali mercati



Il Consorzio prevede nei primi tre anni commercializzazione di 30mila pezzi Export extra Ue al 27%

Stefano Tedeschi,
presidente
del Consorzio
del Prosciutto
di Parma

extraeuropei (Usa, Canada, Giappone e Australia) sono stati venduti complessivamente 568mila prosciutti di Parma, con un incremento del 12%. "Il preaffettato - commenta Stefano Tedeschi, presidente del Consorzio - rappresenta il segmento più dinamico del mercato del 'Parma'. Praticità e versatilità d'uso si sposano alla qualità di un prodotto sano e naturale: è questo il segreto del successo del nostro prodotto. L'export sta diventando sempre più strategico per il comparto e l'espansione dei mercati extraeuropei ha ormai assunto dimensioni davvero significative, rappresentando ormai il 27% delle nostre esportazioni".

Le aziende aderenti al Consorzio di tutela sono 171, e realizzano un valore alla produzione annuo pari a 850 milioni di euro, equivalente a un giro d'affari al consumo di 1,7 miliardi di euro l'anno. La composizione della filiera produttiva può contare sulla presenza di 5.836 allevamenti suinicoli e 139 macelli, occupando nella lavorazione del prosciutto circa 3.000 addetti. Forte di questi numeri, non è difficile che il "Parma" diventi entro qualche mese il prosciutto delle Olimpiadi. Quelle di Pechino, beninteso ■



IL CASO

L'Ue finanzia un progetto promozionale nel Sol Levante Porto, crudo e parmigiano

A contrario della Cina, in Giappone il Prosciutto di Parma è già sbarcato da tempo ed è sempre più apprezzato come prelibata specialità. Lo confermano gli ultimi dati delle vendite nel Sol Levante, che nel 2006 ha battuto tutti gli altri mercati esteri per crescita della domanda (più 15% sull'anno precedente, meno bene nel 2007 con 16mila pezzi in meno), e che rimane comunque al quinto posto dopo Francia, Stati Uniti, Germania e Gran Bretagna.

Ma non è tutto: il Prosciutto di Parma dal giugno scorso è il primo prodotto straniero con indicazione geografica protetta riconosciuto dal Giappone come "Regionally based collective trademark". Il "Parma" ha ottenuto la registrazione territoriale ampliando così la copertura del precedente marchio "Corona ducale", registrato nel 2000. Con la nuova registrazione si leggerà sulle confezioni "prosciutto di Parma" anche con caratteri giapponesi, e ciò garantisce l'esclusiva del nome, e non sarà più possibile utilizzare quindi, nell'arcipelago, la dicitura "Parma" o "Parma ham" senza l'autorizzazione del Consorzio di tutela. La registrazione ottenuta è estesa anche per il prosciutto Dop in vaschetta di preaffettato, lavorato e confezionato solo in zona tipica sotto la supervisione dell'istituto di certificazione Ippq.

Ma la conquista del Giappone da parte del Consorzio del Prosciutto di Parma si completa con la recente approvazione, da parte della Commissione europea, di un nuovo progetto promozionale, a braccetto con il Parmigiano-reggiano e il vino portoghese Porto. Si tratta dell'unico progetto italiano finanziato dalla Commissione Ue che coinvolge anche prodotti di altri Paesi, in questo caso il Portogallo. Il programma prevede una combinazione di azioni informative e promozionali, durerà tre anni e ha l'obiettivo di promuovere il valore delle indicazioni geografiche



che al di fuori del territorio europeo. Il presidente del Consorzio del Prosciutto di Parma, Stefano Tedeschi, si è detto molto soddisfatto e ha ringraziato il ministero italiano competente e la Commissione europea "per avere premiato il nostro impegno nel voler dar vita a un progetto che non fosse solo italiano, ma anche e soprattutto europeo". Dopo il riconoscimento del marchio da parte delle autorità giapponesi, il Prosciutto di Parma è diventato un case-study ormai noto in Giappone, sia dal punto di vista commerciale che di strategie a sostegno del brand. Il "Parma" rappresenta il 55% di tutto l'import giapponese di prosciutto crudo: il 32% è rappresentato da altri prosciutti italiani e il 12% da prosciutti provenienti da altri Paesi.

Anche nel medio periodo il trend è assolutamente positivo: dal 1999 (54mila prosciutti esportati) al 2006 le vendite di prosciutto di Parma sono raddoppiate. Questi risultati, spiegano dal Consorzio di tutela, sono il frutto di investimenti oculati in un mercato come quello giapponese nel quale le imprese consorziate hanno sempre creduto e hanno lavorato con l'appoggio delle istituzioni pubbliche italiane.

Ora si spera che la strategia utilizzata per conquistare il Giappone possa offrire un modello di successo da "esportare" in Cina ■

Pubb

Italia "leader" per numero di cause pendenti: i vantaggi della conciliazione

Giustizia alternativa Rapida ed economica

di Giuseppe Sangiorgi

Secundo un'indagine condotta dalla Banca Mondiale, uno dei principali freni allo sviluppo produttivo dell'Italia è la lentezza dei processi che genera incertezza negli scambi e scoraggia gli investitori. Su 178 Paesi considerati dalla ricerca, l'Italia si colloca al 155esimo posto. Il nostro Paese è nelle prime posizioni in Europa anche per numero di cause pendenti con una continua crescita del contenzioso e la conseguenza di tempi lunghi, costi elevati ed esiti incerti. Questo è l'identikit della giustizia civile che, in uno scenario economico caratterizzato da un crescente grado di complessità dei rapporti commerciali, si traduce in un ostacolo alla capacità di competere delle imprese e alle relazioni imprese-consumatori. La crisi della certezza del diritto si riflette negativamente sulla competitività delle imprese italiane e sull'economia dell'intero Paese, perchè impone un costo aggiuntivo che i concorrenti esteri non devono affrontare e

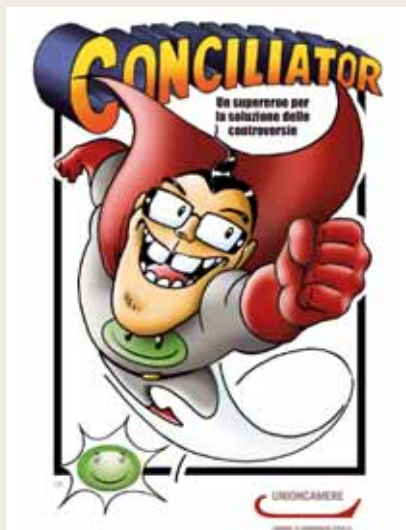


rappresenta un forte disincentivo a investire per le aziende straniere. Un contributo importante allo snellimento del lavoro dei tribunali può arrivare dal maggiore ricorso a forme di giustizia alternativa per la soluzione delle controversie di natura civile e commerciale, con minori costi e la garanzia di tempi rapidi. A promuovere lo sviluppo di questi strumenti è impegnato il sistema camerale, che ha attivato più di dieci anni fa il servizio di conciliazione sia tra imprese che tra imprese e consumatori e ha avviato esperienze innovative, anche con altre istituzioni. In Emilia-

Romagna, in particolare, tra Regione, Unioncamere e Intercent-ER (Agenzia regionale per l'acquisto di beni e servizi), è stato sottoscritto un accordo per promuovere il ricorso alla conciliazione. Da questo punto di partenza è iniziato un lavoro che ha avuto una tappa importante nel convegno "Esperienze e strumenti innovativi per lo sviluppo della conciliazione", svoltosi a Bologna, organizzato da Unioncamere Emilia-Romagna.

L'incontro a Bologna per approfondire esperienze e modalità di attuazione dello strumento

LA SCHEDA



Le iniziative della rete camerale per promuovere la procedura

Risparmiare con Smile e Conciliator

Per accedere alla rete di conciliazione, basta contattare la Camera di commercio che mette a disposizione un regolamento, un tariffario, un codice di comportamento per i conciliatori e un elenco di conciliatori selezionati e formati. Le Camere di commercio, oltre all'assistenza nelle controversie tra imprese e tra imprese e consumatori, assicurano servizi di conciliazione per la fornitura di servizi di energia e gas, subfornitura, turismo, telecomunicazioni, franchising, famiglia, tintolavanderia e in materia societaria. La rete camerale è impegnata in un grande lavoro che si è esteso alla standardizzazione delle procedure, alla formazione dei conciliatori e dei funzionari, alla divulgazione del servizio.

Ogni anno viene organizzata da Unioncamere la "Settimana della Conciliazione": tutte le 104 Camere di Commercio organizzano momenti di incontro con i soggetti istituzionali, associativi, economici e del mondo delle professioni. Nel 2008, l'iniziativa tornerà nella terza settimana di ottobre con una campagna informativa ad hoc. Nell'edizione 2007 accanto allo Smile, simbolo del risparmio di tempo, energie e denaro che si ottiene con la conciliazione, ha debuttato il personaggio Conciliator, protagonista di un simpatico booklet a fumetti, pensato per illustrare, con un linguaggio semplice e accattivante, l'utilizzo e i vantaggi della procedura ■

L'obiettivo era di fare il punto sulle iniziative fin qui intraprese e sulle forme di collaborazione in ambito regionale utili a promuovere la diffusione dello strumento conciliativo: "Stiamo lavorando – dice il segretario di Unioncamere Emilia-Romagna, Ugo Girardi – per favorire la conciliazione anche attraverso modalità innovative e la formazione qualificata dei conciliatori, con corsi di aggiornamento per specializzarli nei vari settori".

Tra le piste di lavoro da concretizzare a breve termine, emergono l'inserimento di clausole conciliative nelle convenzioni proposte da Intercenter (Agenzia regionale per l'acquisto di beni e servizi) alle amministrazioni pubbliche e la possibilità di ricorrere

a forme nuove come la conciliazione on line, che consente di risolvere eventuali liti attraverso procedure in rete, in un'aula virtuale. Come testimoniato nell'esperienza della Camera di commercio di Ancona dalla dirigente Luciana Frontini, la conciliazione on line è utilizzabile ogni qualvolta le caratteristiche della lite rendano non economico l'incontro fisico, come per le controversie tra soggetti appartenenti a ordinamenti giuridici di Paesi diversi con sedi e attività in luoghi distanti tra loro: "Per dare anche in Italia – dice Tiziana Pompei, responsabile dell'area relazioni istituzionali di Unioncamere italiana – un forte impulso agli strumenti stragiudiziali che portino alla soluzione delle con-

troversie senza il ricorso al giudice ordinario, la parola chiave per il sistema camerale è alleanza. Da stringere con le istituzioni, con le imprese, con le associazioni di consumatori e con gli ordini professionali in una logica di complementarità".

Il rapporto con la giustizia e gli ordini professionali che operano in questo settore può essere la rappresentazione più evidente della mancanza di antagonismo tra le funzioni conciliative svolte dalle Camere di commercio e le altre realtà esistenti. È il caso del progetto "Conciliamo", sviluppato a Milano e illustrato da Marcello Marinari, magistrato della Corte di Appello e da Rinaldo Sali vicesegretario della Camera Arbitrale, da cui è nata una associazione per la diffusione degli strumenti conciliativi fondata sulla collaborazione tra tribunale e alcuni ordini e collegi professionali. È un modello innovativo che potrà avere un seguito anche in Emilia-Romagna: "Intendiamo potenziare le collaborazioni – aggiunge Ugo Girardi – chiederemo alla Corte d'appello di Bologna, agli ordini professionali di avvocati, commercialisti e notai di lavorare insieme per promuovere la conciliazione".

Di rilievo per lo sviluppo delle forme di giustizia alternativa è il progetto sull'assistenza alle ADR (le procedure alternative) del ministero per lo Sviluppo economico, che finanzia per la prima volta la conciliazione delle Camere di commercio e delle associazioni dei consumatori. Anche a livello europeo si potrebbero presentare interessanti prospettive. "Stiamo verificando – spiega Francesca Paron, responsabile del servizio innovazione e semplificazione amministrativa della Regione Emilia-Romagna – la disponibilità di nuovi filoni di finanziamento dall'Ue. C'è un bando che prevede risorse per diffondere la conciliazione". La Regione Emilia-Romagna sta valutando anche l'attivazione di uno sportello per i diritti del cittadino e delle imprese. "Non è cosa semplice – sottolinea ancora Paron – è parecchio costosa, ma in questo anno e mezzo faremo uno studio di fattibilità. Per costruire lo sportello è fondamentale il network, un insieme di tutti i soggetti già attivi nel campo della conciliazione" ■



IL CASO

L'accordo tra Camera di commercio e Provincia A Ferrara vertenze più agili

Un importante esempio di collaborazione tra istituzioni per lo sviluppo della conciliazione è l'innovativo protocollo d'intesa sottoscritto a Ferrara dai presidenti della Camera di commercio, Carlo Alberto Roncarati e della Provincia, Pier Giorgio Dall'Acqua. "L'accordo – afferma Roncarati – rappresenta un riconoscimento del ruolo svolto dalla Camera di commercio, ma soprattutto uno stimolo per incrementare le iniziative dell'ente volte alla regolazione del mercato".

Nell'intesa, triennale e rinnovabile, è prevista la possibilità di favorire il ricorso da parte della Provincia di Ferrara al servizio di conciliazione della Camera di commercio per la soluzione delle vertenze di natura contrattuale tra Provincia e fornitori, appaltatori e concessionari e delle controversie tra l'ente provinciale e cittadini, utenti e imprese. Il documento prevede la possibilità di conciliare anche controversie già pendenti davanti all'autorità giudiziaria. La Provincia si impegna ad inserire la clausola conciliativa in tutti i contratti e convenzioni.

"Questa intesa – sottolinea Dall'Acqua – si inserisce nel quadro delle politiche di semplificazione intraprese dalla Provincia. Pur rivolgendoci essenzialmente al mondo delle imprese, abbiamo ritenuto importante che fossero previste anche iniziative per far conoscere ai cittadini i vantaggi offerti dalla conciliazione" ■

Pubb

Come non perdersi in una goccia d'acqua

Grazie all'attività del laboratorio Lara, sprechi della rete idrica ridotti del 6%

di Alberto Nico

“Gutta cavat lapidem”, dicevano gli antichi latini. E se è vero che la potenza di una goccia può scavare la pietra, immaginate che cosa può succedere quando a perdere sono le tubature sotterranee di una rete idrica municipale.

A Ferrara da qualche anno sono corsi ai ripari, grazie a un progetto appena rifinanziato dal Priitt della Regione Emilia-Romagna che sta permettendo sensibili riduzioni delle perdite d'acqua lungo le tubature per centinaia e centinaia di chilometri. In prima fila a studiare

Portata, pressione e serie storiche
Calcoli complessi per prevenire le rotture future

la rete idrica prima, e a elaborare modelli matematici di previsione dei guasti poi, c'è Lara, il Laboratorio regionale a rete per le acque con sede presso il polo scientifico-tecnologico dell'Università di Ferrara.

“Grazie a un progetto di ricerca partito nel 2005 che speriamo esteso al 2011 con un nuovo finanziamento regionale – spiega il responsabile Reti acquedottistiche di Lara, Marco Franchini – abbiamo messo a punto un database con tutte le informazioni sulle rotture della rete idrica ferrarese dal 1999 al 2007”. Una vera e propria mappa storica delle rotture delle tubature, partita dal comune di Bondeno e che poi si è estesa ad altri 11 della provincia estense, in grado di individuare quali siano state nel tempo le parti più soggette a lesioni, e quindi a perdite di acqua. “Successivamente abbiamo stretto convenzioni con le due aziende che gestiscono le reti, la multiutility Hera Ferrara e Cadf, il Consorzio integrato acquedotti, depurazione e fognature”, ricorda Franchini, che è anche presidente del corso di laurea alla

facoltà di Ingegneria dell'Università di Ferrara.

Ora, grazie a un trasferimento tecnologico di successo tra mondo della ricerca e realtà industriale, a Hera sono in grado di gestire un modello matematico che simula portata e pressioni idrauliche distribuite lungo le tubazioni della rete di competenza, che integrato con le serie storiche delle rotture studiate da Lara permette la previsione delle rotture future. Ma non è tutto: “Il prossimo passo sarà quello di predisporre un modello matematico – prosegue l'ingegnere – in grado di prevedere come cambiano le probabilità di nuove rotture e la loro localizzazione, a secondo o meno degli interventi di rinnovo già effettuati”. Già con gli strumenti messi a punto, sarà possibile per Hera ridurre le perdite lungo la rete del 6% rispetto ai valori attuali durante i prossimi quattro anni, portando così a un livello praticamente fisiologico la quantità di acqua perduta.

Tra le altre attività di Lara, nell'ambito delle risorse idriche, vi è anche l'offerta di servizi avanzati per la gestione in tempo reale delle reti di distribuzione, partendo dalla “problematica che l'ampliamento dei centri abitati – come spiegano al Laboratorio – comporta difficoltà per la gestione dei sistemi acquedottistici, chiamati a soddisfare una domanda di acqua crescente e variabile nel tempo”. Inoltre, “le reti di distribuzione acquedottistiche, invecchiando, sono soggette a un gran numero di rotture e perdite, ed è quindi necessario provvedere a un loro continuo ammodernamento”.

Dopo la rete gestita da Hera, ora le competenze di Lara sono in corso di trasferimento anche a vantaggio delle tubature gestite da Cadf, puntando così a coprire con questi servizi tecnologici tutta la provincia ferrarese. Inoltre, sono in corso contatti con le aziende responsabili della gestione delle reti acquedottistiche anche del Vercellese e della provincia di Ancona. Oltre al settore Reti e distribuzione idrica, gli altri ambiti d'intervento di Lara (che conta sull'apporto di oltre 45 ricercatori) spaziano dalla gestione degli acquiferi sotterranei alla qualità delle acque ■



Pubb

di Silvia Saracino

Il segreto della modenese Rossi Motoriduttori per vincere la sfida del mercato globale

Dall'India agli States con un partner svizzero



Appurato che per molte imprese italiane l'Europa è diventata il mercato domestico, per tenere testa alla concorrenza globale occorre fare un salto di qualità, trovare soluzioni che permettano di uscire dalla tradizionale logica di distretto, per competere anche con le grandi multinazionali. Una sfida raccolta con coraggio dagli imprenditori emiliano-romagnoli. Come la Rossi Motoriduttori di Modena – storica azienda specializzata nella progettazione e realizzazione di riduttori, motoriduttori, motori elettrici e variatori elettronici di velocità – un esempio

che ha permesso a Rossi Motoriduttori di penetrare nei mercati internazionali. Negli anni precedenti la famiglia Rossi Greco aveva valutato le proposte di numerosi istituti finanziari: "Poi ci siamo resi conto che ciò di cui avevamo bisogno non era tanto un partner che fornisse risorse finanziarie – spiega

l'amministratore delegato Vero Greco – quanto un partner industriale che facesse crescere l'azienda sia dal punto di vista dimensionale che della cultura orientata all'export, quindi di una conoscenza approfondita dei mercati esteri e di un'efficiente strategia per entrarci". Oggi il fatturato consolidato del

Strategica la scelta del 2004 di allearsi con l'elvetica Habasit, già forte e presente sui mercati esteri

Rita Greco,
general manager
responsabile
dell'area servizi
centrali

eccellente, nel panorama produttivo regionale, di riposizionamento competitivo. La strategia scelta dall'azienda modenese è stata l'alleanza, avviata nel 2004, con il gruppo svizzero Habasit, un partner con una forte presenza su molti Paesi del mondo,



IL PROGETTO

Il centro è il risultato di un'iniziativa congiunta tra industrie e università

Crit, soluzioni su misura per il distretto "hi-mech"

Rossi Motoriduttori si trova nel bel mezzo del distretto della meccanica, dove ci sono forti sinergie non solo a livello produttivo ma anche nella ricerca per favorire lo sviluppo. È qui infatti, in provincia di Modena, che è nato un Centro di ricerca di innovazione e tecnologia (Crit), costituito nel 2000 da dieci imprese tra Modena e Bologna – tra cui Rossi Motoriduttori – Confindustria Modena e Unindustria Bologna e le Università di Bologna e Modena. Il Crit promuove l'innovazione industriale e una delle sue funzioni – grazie al collegamento con tutti i centri di ricerca e le università mondiali – è il "brokeraggio tecnologico": eseguire ricerche su argomenti individuati dalle aziende per verificare se altri centri le abbiano già analizzate o per affidare la ricerca tecnologica stessa al centro più specializzato.

Il Crit è fatto su misura per un distretto industriale, un'area ben specifica dove si concentra un'eccellenza di settore: analizza il fabbisogno del livello tecnologico dell'area, monitora e diffonde le informazioni che riguardano il campo dell'innovazione tecnologica presso imprese, associazioni di categoria, enti e istituzioni, parchi scientifici e tecnologici, oltre ad organizzare incontri tematici di approfondimento ed eventi.

Insomma, una spinta in più verso la competitività, per un distretto che nella sola provincia di Modena vanta 4.777 imprese e – secondo le elaborazioni di Confindustria Modena – un aumento di produzione e fatturato rispettivamente del 10% e del 12,7% nel secondo semestre del 2007 rispetto allo stesso periodo del 2006 (variazioni tendenziali) ■

Gruppo Rossi Motoriduttori si aggira intorno ai 150 milioni di euro – con un Ebit dell'11% – in crescita del 15% rispetto al 2006 e una quota di export intorno al 55%, il tutto con una forza lavoro di oltre 1.000 unità. Nel 2008 l'azienda stima di mantenersi su una crescita del fatturato nell'ordine di 15 punti percentuali. La strada della joint venture costituisce l'arma vincente per entrambi i gruppi, che hanno necessità di raggiungere una posizione internazionale ancora più consolidata. Proprio per accelerare questo processo, Rossi Motoriduttori ha trasferito un'ulteriore quota ad Habasit, che così porta la sua partecipazione al 51%. Grazie al rafforzamento dell'allean-



za, l'azienda modenese entra nel network di vendita del gruppo di Basilea, che ha 17 stabilimenti produttivi e 34 filiali commerciali in tutto il mondo, con una forte presenza soprattutto negli Stati Uniti, in Giappone e in Germania, e un fatturato 2007 che ha toccato quota 517 milioni di euro. La collocazione in Svizzera ha sempre spinto il gruppo Habasit a sopperire alla mancanza di un mercato interno ampio con la ricerca di spazi nei mercati internazionali: per Rossi Motoriduttori era dunque il partner ideale. Nella strategia del gruppo Rossi gli investimenti per lo sviluppo tecnolo-

gico e l'internazionalizzazione non mancano, per un ammontare complessivo pari a 22 milioni di euro solo nel 2008. Tanto per cominciare, nei prossimi mesi debutterà il nuovo stabilimento in India, che entrerà a pieno regime agli inizi del 2009, con una cinquantina di dipendenti. "La scelta dell'India è stata molto ponderata, anche perché stiamo sempre attenti a delocalizzare per non trascurare la qualità", spiega Rita Greco, general manager responsabile dell'area servizi centrali.

"Abbiamo deciso di puntare sulla produzione in India – comunque supervisionata da un nostro attento controllo – perché riteniamo che ci siano sul territorio un livello di qualità e una cultura aziendale molto alti. Produrremo quindi con lo stesso standard elevato che caratterizza il made in Italy per il mercato indiano, che ha delle grossissime potenzialità di crescita".

Un altro obiettivo è il rafforzamento negli Stati Uniti. Per questa ragione la famiglia Habbeger, azionista del gruppo Habasit, e la famiglia Rossi Greco, azionista di Rossi Motoriduttori, hanno costituito una società paritaria in cui sono state investite importanti risorse, che opererà nel settore dei motoriduttori. La società realizzerà un nuovo stabilimento produttivo ad Atlanta, vicino a quello già esistente di Habasit. Il nuovo polo permetterà al gruppo di penetrare ulteriormente nel mercato, potendo sfruttare anche un servizio di assistenza in loco per raggiungere velocemente il cliente, un valore aggiunto strategico in un mercato difficile come quello degli States.

Non mancheranno comunque gli investimenti negli stabilimenti italiani. Tre sono collocati a Modena: il quartier generale, composto da due stabilimenti (in via Emilia ovest e a Ganaceto), dove avviene la progettazione e produzione dei principali prodotti, lo stabilimento a Limidi di Soliera, quindi la Seimec, acquistata nel 1997 e specializzata nella produzione di motori elettrici. Il quarto è un impianto produttivo situato a Lecce, la Smei. In quest'ultima struttura, appena raddoppiata, è previsto un investimento di 5 milioni di euro nel 2008, destinati a nuovi macchi-

LA STORIA

"Meccanici" per conto terzi Un percorso nel segno dell'innovazione

L'idea nacque da Gilio Rossi che, dopo una buona esperienza sul campo, nel 1953 decise di mettersi in proprio occupandosi di lavorazioni meccaniche per conto terzi. Qualche anno dopo diede la svolta decisiva alla propria attività, specializzandosi nella produzione di riduttori e motoriduttori: ben presto divenne questo il core business dell'azienda che, già a metà degli anni sessanta, era passata da ditta artigianale a significativa realtà industriale e venne trasferita nella sede attuale di Modena. L'innovazione applicata ai prodotti e ai processi produttivi è sempre stata la filosofia di Rossi Motoriduttori, che ogni anno investe in ricerca e sviluppo oltre il 2% del fatturato consolidato: nel reparto R&S, istituito ad hoc, lavorano 30 dipendenti tra tecnici specializzati, progettisti e tecnici dell'ufficio applicazioni. ■



nari e impianti, e di 9 milioni nel 2009. Anche lo stabilimento di Ganaceto è stato ampliato in maniera significativa, con investimenti di oltre 10 milioni di euro in nuovi macchinari e impianti per incrementarne la capacità produttiva (con la previsione di investire altrettanti nel 2009).

I riduttori e i motoriduttori sono destinati a moltissime applicazioni industriali: in sostanza, dove c'è un movimento meccanico c'è anche un riduttore o un motoriduttore, il cui scopo è di regolare la velocità del motore. L'applicazione del riduttore permette una diminuzione dei giri in uscita dal motore e l'aumento proporzionale dello "sforzo". I prodotti Rossi Motoriduttori sono quindi destinati a una vasta gamma di macchine industriali che si possono collocare tanto nella realtà artigianale quanto nei gruppi multinazionali: si va dal settore alimentare all'automobilistico, da quello delle bevande al settore ceramico fino al packaging e all'industria estrattiva. ■

Pubb

Leve della competitività

Logistica e trasporto merci, intermodalità esprimono un settore strategico legato a obiettivi di sviluppo economico del territorio. In Emilia-Romagna, che può candidarsi al ruolo di unica grande piattaforma logistica, vi sono alcune realtà imprenditoriali importanti

Migliorare l'efficienza e la sostenibilità del trasporto merci, e sviluppare soluzioni logistiche innovative rivolte agli operatori per organizzare servizi utili ai bisogni delle imprese e dei distretti produttivi. E' l'obiettivo essenziale per la competitività dell'economia e la qualità della vita dei cittadini, che si impone di fronte alla globalizzazione dei mercati.

Un tema che è al centro di un pacchetto di iniziative promosso a livello europeo e alla base di un dibattito all'interno di ogni singolo paese sul modello da adottare per uno sviluppo sostenibile.

Nel 2001 è stato pubblicato a livello europeo un nuovo Libro Bianco dei Trasporti che stima come una quota del 44% di tutto il trasporto merci sia ad appannaggio della gomma, contro il 41% della navigazione a corto raggio, l'8% della ferrovia ed il 4% delle vie navigabili; nel trasporto passeg-

geri, il trasporto su strada detiene una quota di mercato pari al 79%, l'aereo al 5%, le ferrovie pari solo al 6%.

Quindi nel contesto del nuovo sviluppo sostenibile, sono stati previsti un ambizioso programma di interventi fino al 2010 e nuove misure atte a favorire uno sviluppo più equilibrato delle diverse modalità di trasporto, e dell'intermodalità, ritenuta di importanza fondamentale.

In Italia, la frammentazione delle competenze ha reso difficile impostare una risposta unitaria alle esigenze concrete. Ora il tempo delle scelte pare non più differibile, perché lo sviluppo delle imprese e del tessuto economico-produttivo si giocano in maniera sempre più accentuata sulla capacità di "creare valore".

L'Emilia-Romagna, che riveste un ruolo centrale nel business del trasporto delle merci e della logistica, presenta esperienze significative e di prospettiva al riguardo.

Lugo Terminal guarda a un modello europeo

Una concreta riflessione sui modelli da applicare ed adottare per colmare il gap in ambito logistico che il nostro Paese subisce da decenni, non può prescindere da nuovi progetti e investimenti. E' questa la direzione che Enzo Poli, presidente di Lugo Terminal, continua ad indicare a chi come lui, si occupa di logistica e crede nello sviluppo del sistema Paese.

"Occorre adottare schemi di governance istituzionale funzionali e recettivi - dice Poli - come in Germania, il cui modello di logistica è apprezzato a livello internazionale. Qui lo Stato ha riconosciuto che questo segmento economico costituisce uno dei maggiori elementi di competitività del Paese".

Le maggiori imprese tedesche riservano alla logistica la quota di investimento più elevata, come testimonia il caso della SAP, leader mondiale del software di gestione e di processo.

"Anche queste riflessioni saranno uno dei punti di forza della crescita del terminal di Lugo - ribadisce Poli - ed è proprio su questi progetti che continuiamo a lavorare, come dimostra la piattaforma intermodale di Giovinazzo, dove sono operativi due treni settimanali che diventeranno quattro nel 2008".

Il costante collegamento sull'asse adriatica Sud-Nord e viceversa, permette una facile distribuzione delle materie prime, e di molteplici prodotti, dalla carpenteria all'agro-alimentare. Anche la connessione con la piattaforma di Surbo, collegata con un treno a settimana - diventeranno quattro nel 2008 - è stato caratterizzato da un buon avvio, andando a completare una rete di trasporto ferroviario che, dalle tre strutture in Puglia (oltre alla citate anche Apricena), utilizza Lugo Terminal come punto di raccolta/distribuzione e hub



di rilancio per il collegamento con l'intera Europa.

Altro importante progetto sarà la capacità di attivare collaborazioni e sinergie con i grandi operatori della logistica internazionale. "Questo è un tema delicato e discusso, ma - ritiene Poli - si tratta di una scelta indispensabile perché in una economia di scala internazionale e globale, non è più possibile lasciar spazio a strategie di carattere localistico".

Lugo Terminal, in un'ottica di opportunità di crescita per le imprese, ha sviluppato un'offerta di servizi correlati in grado di creare valore aggiunto a quelli esistenti: ne sono esempio la realizzazione di un impianto di confezionamento per merci sfuse, con una capacità produttiva di 18/20 tonns/ora., utilizzato per l'insacchettamento di pallet prodotti nell'adiacente stabilimento di Imola Legno, e dalla struttura di scarico a gravità per vagoni contenenti merci sfuse (granaglie, fertilizzante, materiali inerti) con una capacità di circa 200 tonns/ora. L'impianto, oltre che accelerare i tempi di resa per la distribuzione della merce, garantisce anche una maggior efficienza per i vagoni ferroviari.

Pubb

Interporto di Bologna debutta con il Bilancio Sociale 2005 e 2006

La Responsabilità Sociale dell'Impresa (RSI), intesa come l'integrazione di preoccupazioni di natura etica all'interno della visione strategica d'impresa, è un tema che si sta affermando sempre più nella gestione delle aziende, sia pubbliche sia private che volontariamente optano per una gestione più efficace e sinergica delle problematiche d'impatto sociale ed etico al loro interno, nelle attività e nei rapporti con le parti interessate (clienti, fornitori, territorio, istituzioni).

L'Interporto di Bologna da tempo sentiva la necessità di uniformarsi a questa tendenza, mettendo in luce l'origine dei suoi risultati economici e le ricadute sull'intero sistema Paese e, nel dettaglio, sui Comuni che ospitano l'infrastruttura.

La redazione del Bilancio Sociale 2005 e 2006 è il risultato di un lungo lavoro di indagine che l'Interporto di Bologna ha condotto con l'obiettivo primario di rispondere alle attese economiche e sociali della collettività e con l'auspicio di dimostrare che la logistica non rappresenta un semplice fattore di costi, ma un motore di sviluppo



economico locale e regionale, coerente con il tema della sostenibilità. Fin dalla sua nascita, nel 1971, l'Interporto ha perseguito e consolidato la propria vocazione all'intermodalità gomma-ferrovia, che costituisce un modello concreto di sviluppo del sistema economico, improntato alla sostenibilità ambientale.

Il ruolo strategico dell'Interporto di Bologna è tanto più importante se si pensa che, tra i fattori che concorrono allo sfruttamento delle risorse ed all'aggravarsi delle condizioni ambientali, quello dei trasporti è sicuramente uno tra i principali: il traffico contribuisce per ben il 70% delle emissioni di pm10, le cosiddette polveri sottili. Negli ultimi dieci anni, le emissioni di anidride carbonica da trasporto stradale sono aumentate del 18%, e per i prossimi anni questo trend non intende arrestarsi, né calare.

Il Bilancio Sociale dell'Interporto di Bologna si articola in tre sezioni. La prima introduce i valori e le priorità quali elementi propulsori nella redazione del Bilancio stesso; la seconda descrive il contesto nell'ambito, trasporto e logistica, dove l'Interporto di Bologna opera da oltre trent'anni; la terza presenta l'assetto istituzionale e organizzativo della società evidenziandone risultati economici e ruolo sociale; infine la quarta delinea obiettivi e orientamenti della gestione futura considerando che la messa in pratica di quanto enunciato nel Bilancio Sociale costituirà uno strumento per migliorare le performance socio-economiche di Interporto Bologna SPA.

I NUMERI DELL'INTERPORTO

Nel 2007, l'Interporto di Bologna ha movimentato un traffico merci su gomma pari a 2.600.000 tonnellate e su ferro a 2.225.000 tonnellate. Il numero dei treni all'anno è di 6.287; sono 5000 i camion che entrano ed escono dall'infrastruttura ogni giorno. 100 le aziende di trasporto e logistica insediate.

SA.C.A., esperienza e innovazione nei trasporti

La storia della S.A.C.A., cooperativa di autotrasporti, nasce dal noleggio con conducente di autovettura dove opera con un'esperienza di oltre 35 anni distinguendosi per professionalità, efficienza e serietà. Nel corso del tempo, sono stati implementati i servizi relativi alla mobilità offerti alla clientela sia per le persone che per le merci. Nel 2007 Saca, impresa che a livello nazionale effettua il maggior numero di chilometri di trasporto pubblico in sub-affidamento, ha incrementato il proprio fatturato del 12%, superando i 30 milioni di Euro. Il trend di crescita è in linea con il piano quinquennale di sviluppo approvato nell'anno 2005. Saca offre una linea completa di servizi per la mobilità, attraverso un parco automezzi di 80 vetture da noleggio con conducente, 60 automezzi commerciali per il trasporto immediato, oltre 100 pullman da turismo da 8 a 80 posti e 220 autobus per il trasporto pubblico locale con un'attenzione particolare alla tecnologia.

"Nel corso del quadriennio 2004/2007, S.A.C.A. ha investito in infrastrutture per la mobilità delle persone e delle merci oltre 6 milioni di Euro – spiega il presidente Daniele Passini – essendo diventata una realtà sempre più articolata e dinamica, la cooperativa si è impegnata in alcuni progetti specifici. Un'idea imprenditoriale di successo portata avanti dall'inizio degli anni 2000 è quella del Tr@nsit-Point. La clientela infatti ha rinunciato a gestirsi in proprio il magazzino e la relativa movimentazione di merci e sempre di più si affida al sistema di outsourcing".

Il Tr@nsit-Point SACA è una delle prime piattaforme logistiche italiane per merci dirette verso il centro storico cittadino. Dalla sede di Saca viene effettuata la logistica integrata delle merci che ha portato alla nascita e concretizzazione del progetto.

"Stiamo rigenerando la nostra flotta verso sistemi di alimentazioni ad emissioni zero – sottolinea il numero uno della Saca – e quindi abbiamo investito nel numero dei veicoli elettrici e nella tecnologia. Il piano di riconversione è di una azienda che vuole avere la sensibilità di affrontare i problemi in termini positivi. Ora attendiamo con ottimismo di poter concretizzare il progetto del Van Shering vinto assieme all'Interporto di Bologna. Sarà la grande sfida dell'anno 2008. La vinceremo – chiosa Passini – se effettivamente saremo capaci di fare funzionare al meglio il sistema Van shering e il Tr@nsit-Point".



Pubb

CTF, un gruppo di "energie in movimento"

Da Faenza dove è nato nel 1956 ed ha sede, il consorzio Ctf opera sul territorio nazionale, con particolare riferimento a quello emiliano-romagnolo.

"Nel corso degli anni – dice il presidente Riccardo Ferrucci – Ctf ha saputo evolvere la sua struttura riuscendo, attraverso cooperative e società controllate e collegate, a divenire un punto di riferimento. Questo non solo nell'autotrasporto merci, come all'inizio della sua storia, ma pure in attività correlate quali il trasporto e lo smaltimento di rifiuti, la gestione di impianti di riciclaggio, la conduzione di magazzini di logistica, cave e frantoi per inerti, rivendite di materiali, ferramenta e antinfortunistica mirata al settore edile e non, e altre attività".

Fondato con il nome di GARF, Gruppo Autocarri Ribaltabili Faenza, attraverso fusioni e incorporazioni di altre società di autotrasporto –



quelle di Brisighella, Solarolo, Castel Bolognese e Massa Lombarda – e il contributo all'attività sociale di tanti lavoratori, il Consorzio Ctf ha assunto le dimensioni e la struttura di una grande impresa.

I numeri riassumono la crescita costante: 170 soci artigiani, oltre 100 soci lavoratori, 50 dipendenti. I campi di intervento spaziano in quattro grandi settori: sfruttamento di cave e movimento terra, con trasporti, escavazioni, demolizioni e commercio di materiali per l'edilizia; ecologia, smaltimento e riciclaggio di rifiuti, con trasporto di rifiuti speciali e solidi urbani, raccolta differenziata, gestione di impianti di riciclaggio e di servizi di smaltimento; logistica, con deposito e stoccaggio di merci, distribuzione e servizi di corriere; trasporti nazionali ed internazionali, per l'industria in genere e per quella alimentare, per l'ambiente, l'edilizia e l'agricoltura.

"La strategia di CTF per un futuro complesso – aggiunge Ferrucci – è rivolta all'innovazione e all'integrazione fra le varie modalità di trasporto che il mercato impone, consolidando al tempo stesso le radici al proprio territorio. A conferma di questo è in dirittura d'arrivo il progetto e la futura realizzazione di un terminal ferroviario faentino adiacente alla nostra piattaforma di logistica Ratio Sistemi".

In questo processo, i principi della solidarietà e della cooperazione rimangono per CTF ben saldi. E' per questo che il gruppo dirigente attribuisce un valore crescente all'informazione e alla formazione dei soci e dei dipendenti, alla loro partecipazione al conseguimento degli obiettivi di sviluppo e alla qualificazione delle attività. Da qualche tempo il logo è accompagnato dallo slogan "energie in movimento" scelto per rappresentare in sintesi quello che Ctf vuole essere.

Cts, impresa su misura per trasporti speciali

Un Consorzio di imprese specializzate: è questa la dimensione operativa di CTS, Compagnia Trasporti e Spedizioni, società cooperativa consortile per azioni che ha sede operativa e commerciale nel centro logistico nella zona artigianale di Roncalceci, fra Ravenna e Forlì, in un'area di oltre 15 mila metri quadrati tra uffici, capannoni per depositi e ricovero mezzi, officina interna, uffici, piazzali per parcheggio automezzi e depositi.

"L'obiettivo – sostiene Daniele Sansavini, direttore generale di Cts – è di fare gruppo con altre imprese del settore per soddisfare mercati specifici di nicchia. L'aggregazione di aziende altamente specializzate crea infatti valore aggiunto ai servizi offerti, consente un'elevata potenzialità di intervento, rende possibile coordinare gli investimenti e finalizzarli agli obiettivi".

Il parco veicolare di Cts è forte di oltre un centinaio di mezzi dotati dei più moderni sistemi elettronici di controllo, ed è composto da mezzi tradizionali (32 trattori stradali a due, tre e quattro assi per rimorchi e semirimorchi, 54 rimorchi e semirimorchi dai tradizionali carrelli ribassati multassi) e da complessi carrelli modulari semoventi denominati SPMT (Self Propelled Modular Transporters), in grado di movimentare impianti pesanti anche in spazi ristretti. Il posizionamento viene effettuato con apposite torri di sollevamento che assicurano massima sicurezza e la più rapida esecuzione di intervento fino a 1.100 tonnellate ed è eseguito da personale altamente specializzato. CTS fornisce un servizio a ciclo completo che oltre al sollevamento, comprende imballaggio, carico, trasporto, scarico, montaggio e posizionamento, grazie alla presenza di 4 autogrù idrauliche, con una capacità di portata da 70 a 220 tonnellate. Sono numeri che esprimono gli investimenti importanti

eseguiti da Cts per migliorare le attrezzature e le tecnologie in uso ed entrare in modo più incisivo nei trasporti eccezionali e grandi movimentazioni industriali.

CTS cerca di anticipare i tempi sia per i mezzi a disposizione che per l'organizzazione. "La società è un'impresa di servizi – conferma Sansavini – che punta a soddisfare con dinamiche veloci e puntuali le esigenze della committenza internazionale. Ci proponiamo come partner nei confronti dei clienti".

Cts lavora in tutta l'Europa comunitaria, e nei paesi dell'Est, dove sono già stati svolti interventi di rilievo.

"Diamo attenzione – conclude il direttore di Cts – alla filiera dell'industria ceramica. Particolare è il rapporto di partnership con Sacmi, azienda leader mondiale nella produzione di impianti e stabilimenti del settore. Forniamo però il nostro servizio anche nei comparti dell'energia, delle carpenterie, dell'offshore e della cantieristica nautica da diporto."

Tutte le informazioni sul sito web www.ctstrasporti.it



Pubb

Ciclat Trasporti, una rete tra trasporto e logistica

Negli ultimi anni la cooperativa Ciclat ha aumentato il numero degli associati, il quantitativo di merci trasportate, la gamma dei servizi offerti al cliente, con incremento del trend del fatturato. Tutto questo nonostante un contesto esterno sempre più difficile.

La mobilità delle merci in Italia è fortemente condizionata da una serie di cause (prezzo del gasolio per autotrazione fra i più elevati in Europa, alti costi di manutenzione dei mezzi, tariffe autostradali in ascesa, carenze infrastrutturali) che si riflettono su chi opera nel settore con gravi ripercussioni sul valore finale dei prodotti, su cui la filiera logistica incide pesantemente.

“Il livello di difficoltà di un settore di fondamentale importanza – spiega dice Sauro Bettoli, dirigente logistica e ambiente del consorzio Ciclat – si è notato a dicembre quando gli autotrasportatori hanno di fatto bloccato l'economia e i consumi del Paese. Qualora questo stato di disagio dovesse protrarsi e mancassero risposte a livello governativo, gli autotrasportatori ritornerebbero ad un fermo nazionale per ristabilire forme operative eguali per tutti e non come oggi dove gli autotrasportatori esteri si trovano in condizioni di vantaggio strutturale ed economico”.

Considerazioni che si legano al fatto che una fetta considerevole dell'autotrasporto è rappresentata da aziende di dimensione medio-piccola sottocapitalizzate, da singoli artigiani, i cosiddetti “padroncini” che in questa situazione possono solo sopravvivere.

Una risposta a queste difficoltà, alle crescenti richieste della committenza attenta, e alla concorrenza estera, sta nelle alleanze per avere imprese più strutturate. E' il caso della Cooperativa Ciclat Trasporti (aderente al Consorzio Nazionale Ciclat) che mette in rete un sistema in grado di programmare, gestire ed organizzare in modo sinergico il servizio di mobilità delle merci.

“Negli ultimi anni – aggiunge Sauro Bettoli – Ciclat ha accresciuto la sua presenza aumentando il numero degli associati, il quantitativo di merci trasportate, la gamma dei servizi offerti, con un incremento del trend del fatturato”.

Ciclat Trasporti offre un servizio completo che prevede, oltre al trasporto su strada, la combinazione delle varie modalità, il carico degli autocarri utilizzando diverse tipologie di mezzi, la gestione anche in proprio di magazzini e l'emissione dei documenti.

“E' un processo di Global Service dell'autotrasporto – conclude Bettoli – in cui Ciclat intende proporsi sempre più non come autotrasportatore, ma come partner industriale nella distribuzione delle merci e della logistica integrata.”

La cooperativa è stata la terza in Emilia-Romagna ad ottenere la Certificazione di Qualità ISO 9001, a cui è seguita la ISO 14000 in materia ambientale.



Transcoop, solide radici sul territorio e servizi all'avanguardia

Due sedi e centinaia di piccole e medie imprese di trasporto merci per conto terzi a disposizione. Sono i numeri di Transcoop, il consorzio in forma cooperativa nato nel 1980 dalla fusione di alcune aziende cooperative del settore. Una scelta motivata dalla necessità di fornire alla clientela una gamma di servizi sempre più ampia e variegata negli allestimenti e confortata da un trend di crescita costante.

Dopo aver chiuso il 2006 con soddisfacenti risultati occupazionali e gestionali, un buon equilibrio economico-finanziario ed un fatturato relativo al core business dei trasporti di oltre 91 milioni di Euro (di poco superiore dell'8% rispetto al 2005), anche nel 2007 si conferma un consolidamento. “L'incremento del fatturato non è elevato – dice il presidente Luigi Verzelli – ma, il dato, in presenza di un mercato e di conti pubblici sofferenti, è abbastanza positivo tenuto conto, fra l'altro, delle difficoltà che hanno toccato anche importanti imprese della regione. Il potenziamento è dovuto alla fidelizzazione del rapporto con la clientela storica dovuta alla

qualità del servizio erogato ed alla consistente flotta di Transcoop che si attesta ad oltre 900 mezzi trainanti”.

La compagine sociale si è ormai assestata a circa 400 associati con un turn-over annuo di circa 25/30 unità, collegato di norma a pensionamenti o cambi di attività.

Aumenta, invece, il numero medio di mezzi per associato, e, quindi, la potenzialità di trasporti di Transcoop.

Oltre ai trasporti con mezzi convenzionali Refrigerati, Centinati e Cassonati, ai trasporti eccezionali, con autogru, con scarrabili, alla raccolta e allo smaltimento rifiuti che da anni caratterizzano la Transcoop, stanno emergendo in modo significativo i servizi di logistica integrata.

“Particolare – aggiunge il vicepresidente Edo Ferrari – è l'apprezzamento da parte dei clienti serviti dalle nostre società partecipate Quanta Stock and Go S.r.l. e U.T. Logistica S.r.l., che operano, in settori molti delicati come quelli delle merci food, anche fresche e surgelate. Come Transcoop eroghiamo direttamente servizi logistici, tra i quali l'ultimo attivato è la distribuzione dell'ittico fresco”. Nei programmi futuri, saranno realizzati investimenti immobiliari in località Gavassa (Reggio Emilia) per erogare servizi agli associati (autolavaggio, distributori carburanti, aree di servizio per gli autocarri) con l'obiettivo di meglio servire la base sociale e ridurre i costi a vantaggio di soci e clienti, oltre a capannoni per le attività logistiche in outsourcing per dare risposta ai diversi target di servizio che il mercato richiede.





Motorscavi Armaroli, trasporti per guardare lontano

È una storia imprenditoriale che parte da lontano quella della Fratelli Armaroli Motorscavi, azienda attiva nel settore dei trasporti eccezionali e nei lavori stradali e di bonifica che ha la sua sede nell'area bolognese, a San Giovanni in Persiceto.

Era infatti il 1936 quando i fratelli Francesco, Giuseppe, Cesare ed Emilio Armaroli si imbarcarono con i loro autocarri per la terra d'Africa. "Quelli - ricorda Lino Armaroli, titolare con il fratello Gianni - erano tempi difficili per l'economia italiana e territori come Somalia, Eritrea ed Etiopia sembravano poter offrire opportunità di lavoro. Le vicende belliche portarono i nostri padri e zii, a prestare servizio come civili con gli autocarri alle truppe italiane. Fatti prigionieri dagli alleati, terminato il conflitto



mondiale rientrano in patria. Avevano perso tutto - aggiunge Armaroli - ma non la volontà di ricominciare e di seguire quella che non esito a definire una vera vocazione. Si rimboccarono le maniche e con tanti sacrifici riuscirono ad acquistare alcuni automezzi riduci già militari e ripresero il servizio di autotrasporto sulle strade d'Italia". Nel 1953 i tre fratelli Emilio, Cesare ed Anselmo (padre di Lino e

Gianni) Armaroli diedero vita alla ditta Motorscavi per i trasporti eccezionali.

"In una nazione che stava rinascendo dalle rovine della guerra - precisa Lino Armaroli - c'era molta richiesta di mercato. Nel contempo si era sviluppato anche un ramo dell'azienda dedicato alla costruzione delle autostrade, e da questo deriva il nome della società. Poi il ramo dei trasporti prese il sopravvento su quello cantieristico, per cui si potenziò il primo con l'acquisto di mezzi e carrelloni, a quei tempi molto all'avanguardia".

Si iniziarono a trasportare grossi manufatti industriali per gli zuccherifici, per le industrie meccaniche e le industrie chimiche anche in tutta Europa fino a giungere ai giorni nostri.

Ora la ditta Motorscavi srl, guidata dai fratelli Lino e Gianni Armaroli è giunta alla terza generazione, con figli e nipoti dei fondatori impegnati in azienda. Si occupa di movimentazioni, carichi, trasporti eccezionali e normali con destinazione in tutti i paesi europei.

"Trasportiamo grossi impianti industriali, autogrù, macchine operatrici, con personale altamente qualificato - conclude Armaroli - Le difficoltà però stanno aumentando enormemente anche perché in modo esponenziale sta crescendo la concorrenza delle imprese straniere, sia nella costruzione degli impianti che nei trasporti. Il nostro obiettivo è di proseguire e far subentrare in azienda la quarta generazione. Per riuscire nel nostro intento, abbiamo bisogno, come tutto il settore dell'autotrasporto, di un sostegno adeguato da parte delle istituzioni".

FINANZA D'IMPRESA

a cura di:



Il ruolo del consulente finanziario

I mercati finanziari sono scossi da crisi spesso figlie di assetti istituzionali non chiari. Si ripropone pertanto il tema del consulente finanziario indipendente (abbreviabile con l'acronimo C.F.I.) o, meglio, del consulente finanziario fee only (solo a parcella), espressione utilizzata tipicamente negli Stati Uniti. Il CFI infatti non percepisce provvigioni/commissioni di alcun genere da banche, SIM, compagnie di assicurazione, SGR, è svincolato dalla vendita di prodotti finanziari o assicurativi ed eroga un servizio di consulenza "puro" al cliente, che continuerà ad operare con la propria banca di fiducia.

Mentre nei paesi anglosassoni è una "professionalità" conosciuta dal mercato dei risparmiatori/investitori, in Europa e in Italia questa figura è presente solo da pochi anni.

Nell'aprile 2004 è stata approvata la direttiva 2004/39/CE detta anche MIFID che si poneva come obiettivo la creazione di un quadro giuridico europeo unitario, che assicurasse un livello di armonizzazione tale da dare protezione agli investitori e permettere alle imprese di investimento di erogare servizi in tutti gli Stati membri sulla base della vigilanza dello Stato di origine. In Italia, tale direttiva ha iniziato a produrre i propri effetti dal 1 novembre 2007, data spartiacque tra gli operatori del settore finanziario. La MIFID ha incluso la consulenza finanziaria tra i servizi di investimento e quindi la stessa non sarà più esercitabile in via teorica da chiunque, ma potrà essere erogata solo da soggetti autorizzati: imprese di investimento sia persone fisiche che giuridiche.

Negli Stati europei, dal 1° novembre 2007, esistono nuove realtà esclusivamente dedicate alla consulenza finanziaria e remunerate solo

a parcella; in molti casi hanno nomi specifici, in modo che i cittadini europei possano individuarle facilmente, non confondendole con soggetti in conflitto di interesse generato dall'attività di collocamento. Ma quale sarà la situazione in Italia dopo il recepimento della Direttiva MIFID?

Le persone giuridiche che potranno richiedere l'autorizzazione all'esercizio dell'attività di consulenza dovranno avere la forma di Società per Azioni (120.000 euro di capitale sociale) e verranno denominate SIM, società di intermediazione mobiliare, nome improprio e per certi versi inadeguato a soggetti che non sono intermediari nel senso comune del termine; in questo modo infatti, si rischia di ingenerare confusione nei risparmiatori che faranno più fatica a distinguere chi svolge attività di consulenza finanziaria pura da coloro che operano in conflitto di interesse.

Per le persone fisiche è stato ideato un "Albo dei consulenti finanziari" alla cui tenuta provvederà un organismo i cui rappresentanti saranno nominati, sentite la Banca d'Italia e la Consob, con decreto del Ministro dell'Economia e delle Finanze che definirà i requisiti previsti per l'iscrizione (professionalità, onorabilità, indipendenza e patrimoniali).

Fino all'entrata in vigore dell'Albo e non oltre il 30 giugno 2008, i soggetti che al 31 ottobre 2007 prestavano la consulenza in materia di investimenti, potranno continuare a svolgere tale servizio.

Invitiamo tutti gli interessati a rivolgerci domande di approfondimento al nostro indirizzo di posta elettronica fidindustria@consorzifidi.it



“L'EUROPA ALLA PORTATA DELLA VOSTRA IMPRESA”

Il 6-7 febbraio la Commissione europea ha lanciato a Bruxelles una nuova rete europea di supporto alle imprese, Enterprise Europe Network. La rete unisce le professionalità e l'esperienza dei maggiori protagonisti del sostegno alle imprese in Europa, gli Euro Info Centre e gli Innovation Relay Centre creando in questo modo uno sportello unico di assistenza soprattutto alle piccole e medie imprese (PMI). È un impegno importante che la Commissione europea ha assunto nei confronti delle PMI per creare un ambiente che sia favorevole al loro sviluppo affinché diventino sempre più competitive. La nuova rete dispone di oltre 500 punti di contatto tra cui Camere di commercio, agenzie regionali di sviluppo e centri tecnologici universitari. Come evocato dallo slogan “L'Europa alla portata della vostra impresa” la rete dovrà erogare informazioni e un servizio personalizzato alle PMI sulla base delle loro necessità affinché queste possano sviluppare tutto il loro potenziale e capacità innovativa. In particolare i partner della rete Enterprise Europe Network aiuteranno le imprese ad individuare potenziali partner commerciali;



aiuteranno le PMI a sviluppare nuovi prodotti, accedere a nuovi mercati e ottenere informazioni sulle attività e opportunità dell'UE; forniranno consulenza su norme, legislazione e politiche comunitarie; incoraggeranno le PMI a divenire più innovative e a condividere i risultati della ricerca; fungeranno da canale di comunicazione tra imprenditori e Commissione, trasmettendo i punti di vista in entrambe le direzioni per far sì che politiche e iniziative preparate dalla Commissione siano utili alle PMI e non aumentino gli oneri amministrativi.

In Emilia-Romagna i servizi a sostegno della competitività e innovazione delle imprese saranno garantiti dal Consorzio “SIMPLER”, di cui fanno parte Unioncamere Emilia-Romagna, l'azienda speciale Sidi Eurosportello della Camera di commercio di Ravenna e Aster Bologna. Al consorzio “Simpler” partecipano anche quattro partner della Lombardia, l'agenzia regionale Cestec in veste di coordinatore, l'Azienda speciale della Camera di commercio di Milano Innov-Hub, Alintec e Fast.

Notizie dall'Unione Europea

PACCHETTO ENERGIA E AMBIENTE

Il 23 gennaio la Commissione europea ha approvato un pacchetto legislativo che dà attuazione agli impegni assunti dal Consiglio europeo nel marzo 2007 in materia di lotta ai cambiamenti climatici e promozione delle energie rinnovabili. Il pacchetto intende consentire all'UE di ridurre di almeno il 20% le emissioni di gas serra e porta al 20% la quota di fonti rinnovabili nel consumo energetico entro il 2020. La riduzione delle emissioni sarà portata al 30% entro il 2020 quando sarà stato concluso un nuovo accordo internazionale sui cambiamenti climatici.

Il sistema di scambio di emissioni (ETS) è stato aggiornato al fine di portare a una riduzione delle emissioni da parte delle grandi industrie, alla definizione di obiettivi nazionali vincolanti in settori non compresi dall'ETS, come i trasporti, l'edilizia, l'agricoltura e i rifiuti.

Le entrate derivanti dal sistema andranno agli Stati membri e dovranno essere utilizzate per aiutare l'UE ad orientarsi verso un'economia più attenta all'ambiente, promuovendo l'innovazione in settori quali le energie rinnovabili, la cattura e lo stoccaggio del carbonio, la ricerca e lo sviluppo. Parte delle entrate dovrà essere destinata ad aiutare i paesi in via di sviluppo ad adattarsi ai cambiamenti climatici. La Commissione stima che nel 2020 le entrate

derivanti dalla vendita all'asta delle quote potrebbero raggiungere i 50 miliardi di euro l'anno.

Rif.: <http://ec.europa.eu/>

AIUTI DI STATO PER LA TUTELA DELL'AMBIENTE

La nuova disciplina degli aiuti di Stato per la tutela ambientale è stata predisposta dalla Commissione con l'obiettivo di sostenere gli Stati membri a sviluppare politiche europee sostenibili in materia di clima e di energia. La nuova disciplina estende l'ambito dei progetti di aiuto, aumenta le intensità di aiuto, stabilisce un importante equilibrio tra il conseguimento di maggiori benefici ambientali e la riduzione delle distorsioni della concorrenza e intende prevenire la concessione di aiuti di Stato non ben mirati o eccessivi. Tra i principali cambiamenti: l'introduzione di nuove disposizioni, concernenti ad esempio gli aiuti destinati ad un tempestivo adeguamento alle norme, agli studi in materia di ambiente, al teleriscaldamento, alla gestione dei rifiuti e ai regimi di scambi di permessi; un aumento dell'intensità degli aiuti; l'introduzione di un metodo di valutazione dettagliata per consentire un esame più approfondito dei casi con un forte potenziale di distorsione della concorrenza; l'introduzione di una relazione tra la nuova disciplina e la futura esenzione generale per categoria che la Commissione adotterà prima della pausa estiva. L'esenzione per categoria solleva gli Stati membri dall'obbligo di noti-

ficare alla Commissione determinati aiuti, riducendo l'onere amministrativo. È previsto che in futuro alcuni tipi di aiuto ambientale, al di sotto di un determinato importo, non dovranno essere notificati alla Commissione e un calcolo semplificato per la misurazione dell'entità degli aiuti.

Rif.: http://ec.europa.eu/comm/competition/state_aid/reform/reform.cfm

Normativa comunitaria

NOVITA' SUL CREDITO AL CONSUMO

Il Parlamento ha approvato definitivamente la direttiva volta a promuovere il mercato unico del credito al consumo. È stata sancita una serie di obblighi per gli istituti di credito sull'informazione ai consumatori, nella pubblicità e nella fase precontrattuale, per agevolare la ricerca dell'offerta più conveniente.

Scopo della normativa è armonizzare le condizioni applicate in questo settore, dal momento che il costo di un prestito può variare notevolmente da un paese europeo all'altro, passando dalla Finlandia, dove il tasso di interesse è pari al 6,3%, al Portogallo, dove invece il tasso d'interesse sale al 12,2%.

Dalla data di pubblicazione sulla Gazzetta Ufficiale della direttiva gli Stati membri avranno due anni per recepire e applicare le sue disposizioni.

Rif.: <http://www.europarl.europa.eu>



Recepimento del diritto comunitario

LEGGE COMUNITARIA 2008

Il 25 gennaio il Consiglio dei Ministri ha approvato il disegno di legge comunitaria per il 2008 con il quale il Governo adempie all'obbligo, previsto dalla legge 4 febbraio 2005 n. 11, di proporre annualmente al Parlamento un testo legislativo recante le disposizioni per l'adempimento degli obblighi derivanti dall'appartenenza dell'Italia alle Comunità europee.

Complessivamente vi è un elenco di 7 direttive da recepire con decreto legislativo tra cui la direttiva 2006/123/CE relativa ai servizi nel mercato interno; la direttiva 2007/65/CE, concernente l'esercizio delle attività televisive, che prevede rilevanti modifiche al Testo Unico della radiotelevisione; la direttiva 2007/66/CE, che riguarda il miglioramento dell'efficacia delle procedure di ricorso in materia di aggiudicazione degli appalti pubblici. Nella relazione illustrativa sono elencate le direttive pubblicate nel 2007 da attuare in via amministrativa, di cui 20 già adottate alla data del 5 gennaio 2008 e 35 ancora da recepire. Sono, altresì, indicate le procedure di infrazione ufficialmente aperte nei confronti dell'Italia.

Rif.: www.politichecomunitarie.it

Bandi comunitari e appuntamenti

INVITO A PRESENTARE PROPOSTE

Il bando IPA Supporto alla promozione di un dibattito pubblico più informato sull'allargamento dell'UE nei paesi candidati e potenziali (Ref. EuropeAid/126488/C/ACT/Multi) sostiene iniziative finalizzate a: far familiarizzare i professionisti dei media al fine di accrescerne la professionalità e contribuire allo sviluppo di media liberi e indipendenti; equipaggiare meglio i professionisti dei media nei paesi dell'allargamento affinché siano in grado di informare sulle politiche europee e sui temi correlati al processo di riforma in vista dell'adesione, incoraggiare campagne di divulgazione dei risultati della ricerca sui benefici e sulle sfide legati alla preparazione dell'adesione. Il bando scade il 17 Aprile 2008. Il budget indicativo previsto ammonta a 550.000 Euro. Il contributo comunitario può variare da un minimo di 30 000 Euro ad un massimo di 120.000 Euro, e non può essere superiore al 90% dei costi totali eleggibili. Il bando prevede la costituzione di consorzi formati da almeno 2 partner (compreso il proponente) provenienti da due diversi paesi (di cui almeno uno deve essere un paese candidato, effettivo o potenziale

Rif.: <http://ec.europa.eu/europeaid>

Finanziamenti alle imprese

INVITO A PRESENTARE PROPOSTE MARCO POLO II

Il bando Marco Polo II ha l'obiettivo di creare un miglior bilanciamento tra le varie modalità di trasporto delle merci per il raggiungimento di una strategia di sviluppo sostenibile, così come previsto dal Consiglio Europeo di Göteborg del 2001. In particolare, la Commissione, in relazione alla previsione di un forte aumento del traffico merci internazionale su strada, mira a spostare parte di questo traffico verso soluzioni più sostenibili, come: il trasporto marittimo a corto raggio, il trasporto ferroviario, le vie navigabili interne o ad una combinazione di trasporti in cui i percorsi stradali siano comunque i più brevi.

Il bando scade il 07 Aprile 2008

Il budget complessivo ammonta a 59 miliardi di euro con i quali la Commissione prevede di finanziare circa 35 progetti. Possono presentare proposte imprese pubbliche e private impegnate in attività commerciali. Le proposte progettuali devono prevedere un partenariato di almeno 2 imprese stabilite in almeno 2 stati diversi di cui almeno 1 dell'UE.

Rif.: http://ec.europa.eu/transport/marcopolo/calls/2008/guides08_en.htm

Unioncamere Emilia-Romagna
Via Aldo Moro 62 - 40127 BOLOGNA
Tel. 051 6377045 - Fax 051 6377050
E.mail: laura.bertella@rer.camcom.it

Eurosportello Ufficiale EIC IT 369
Camera di Commercio di Ravenna
Viale L.C. Farini 14 - 48100 RAVENNA
Tel. 0544 481443 - Fax 0544 218731
E.mail: euroinfo@ra.camcom.it

C.I.S.E.
Camera di Commercio di Forlì-Cesena
EIC RELAIS
C.so della Repubblica 5 - 47100 FORLÌ
Tel. 0543 38213 - Fax 0543 38219
E.mail: eurosportello@ciseonweb.it



PROMEC Camera di Commercio di Modena
EIC RELAIS
Via Ganaceto n. 113 - 41100 Modena
tel. 059 208270 fax. 059 208520
E.mail: anna.mazzali@mo.camcom.it

Eurosportello
Camera di Commercio di Parma EIC RELAIS
Via Verdi 2 - 43100 PARMA
Tel. 0521 210241 - Fax 0521 282168
E.mail: anna.tanzi@pr.camcom.it

I.D.D. Ufficio l'Internazionalizzazione
Camera di Commercio di Reggio Emilia
EIC RELAIS
Piazza Vittoria 1 - 42100 REGGIO EMILIA
Tel. 0522 796236-796242 - Fax 0522 796300
E.mail: idd@re.camcom.it

Ufficio Internazionalizzazione delle imprese
Camera di Commercio di Rimini EIC RELAIS
Via Sigismondo, 28 - 47900 RIMINI
Tel. 0541 363735 - Fax 0541 363747
E.mail: estero@rn.camcom.it

Eurosportello
Camera di Commercio di Bologna
P.zza della Costituzione 8 - 40128 Bologna
Tel. 051 6093286 - Fax 051 6093225
E.mail: commercio.estero@bo.camcom.it

Eurosportello
Camera di Commercio di Ferrara
EIC RELAIS
Via Darsena, 79 Ferrara 44100
Tel. 0532 783813 - Fax 0532 783814
E.mail: eurosportello@fe.camcom.it

Rete degli Eurosportelli delle Camere di Commercio dell'Emilia-Romagna relais EIC IT 369

Pubb

Pubb