

ECONERRE

NOVEMBRE
2008

ECONOMIA EMILIA-ROMAGNA

Spedizione in A.P. - 45% - Art. 2 comma 20/b L. 662/96, Filiale di Bologna



Infrastrutture

Ecco gli impegni
del Governo

Difendiamo il welfare

La Regione presenta il bilancio di previsione 2009
Grazie all'incremento di efficienza, sarà possibile
fronteggiare i tagli dei trasferimenti e garantire
a famiglie e imprese risorse importanti
per superare questa difficilissima crisi economica



Export

Zhejiang, la Cina
delle opportunità

Scenari

A confronto, Catalogna
ed Emilia-Romagna

Sviluppo

Upi-Unioncamere
Un patto per la crescita

Turismo

Un 2008 in difesa
Ma si guarda avanti

Pubb

Affrontare la crisi Presto e bene

*Dobbiamo unire le forze, di fronte all'emergenza
Solo in questo troveremo un'efficace "exit strategy"*



* Presidente
Regione Emilia-Romagna

di Vasco Errani

Ci sono momenti nei quali, più che in altri, occorre avere idee chiare su cosa fare, su come muoversi, su cosa mettere in campo.

Lo sappiamo da tempo: siamo alle prese con gli effetti di una crisi pesante, i cui contorni paiono allargarsi di giorno in giorno. Lo dicono gli esperti, lo dicono gli studi tecnici che non fanno altro che certificare quello che è sotto gli occhi di tutti.

Che fare, allora? Non sono tante le alternative. Di fronte a questa emergenza, dobbiamo innanzitutto – Stato centrale, Regioni, Autonomie locali, sistema imprenditoriale, parti sociali – condividere strategie, mettere insieme risorse ed energie per dare maggiore impulso a uno sforzo che potrà esprimere tutte le proprie potenzialità solo se sarà condiviso.

Dal Governo, in modo particolare, mi aspetto che non vi siano scelte unilaterali in questo senso. Mi aspetto, ad esempio, che si condividano con le Regioni le scelte più opportune per sostenere una strategia di uscita dalla crisi, specialmente sul versante delle piccole e medie imprese. Mi aspetto anche che la Finanziaria dia risposte chiare ai problemi delle famiglie e del sistema produttivo.

Ci sono cose che devono essere cambiate, lavorando insieme. Penso, ad esempio, al Fondo di garanzia nazionale per le imprese, che deve essere messo nelle condizioni di interagire con i nostri Consorzi Fidi e con le nostre Cooperative di garanzia.

Occorre pertanto lavorare bene, concertando le scelte. Ma occorre anche fare presto. Ed è questa la ragione per la quale, con il bilancio di previsione per il 2009, la Giunta regionale ha deciso di contrastare da subito gli effetti della crisi, sal-

vaguardando il potere d'acquisto delle famiglie, rilanciando gli investimenti pubblici, offrendo al sistema delle imprese opportunità per rimanere competitive sui mercati.

È un bilancio importante, quello di quest'anno. Che mette a disposizione quasi 2.5 miliardi di euro (più 11,9% rispetto all'anno scorso) per gli investimenti pubblici. Che sostiene, con 50 milioni di euro, l'accesso al credito da parte delle imprese. Che stanziava circa 240 milioni di euro per il trasporto pubblico locale, 150 milioni di euro per l'acquisto dei treni nei prossimi due anni. Che garantisce al fondo sanitario circa 7 miliardi e mezzo, oltre ai 350 milioni di euro destinati al

fondo per la non autosufficienza, cifra maggiore rispetto a quella che il Governo mette a disposizione per l'intero Paese.

È questa la trama del bilancio della Regione, che assieme al rigoroso controllo dei costi di gestione e alla autoriforma del sistema

delle Autonomie, rappresenta davvero – credo – un contributo all'avvio di un nuovo ciclo positivo.

Non ci basta sapere che nel 2009 l'Emilia-Romagna sarà l'unica regione italiana che aumenterà, seppure di poco, il Pil. Non ci basta sapere di essere la Regione meno indebitata d'Italia.

Vogliamo continuare a dare basi solide al nostro sviluppo, investendo su innovazione e ricerca, internazionalizzazione del sistema produttivo, qualificazione del lavoro.

Questo è il nostro impegno. Un impegno che abbiamo condiviso con le forze economiche e sociali nel "Patto per la qualità dello sviluppo", un impegno che onoreremo fino in fondo, con determinazione e perseveranza ■

L'Emilia-Romagna ha scelto di agire con tempestività, preparando il bilancio previsionale 2009

Pubb



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

Anno XIV - n.11
Novembre 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 EDITORIALE**
Affrontare la crisi
Presto e bene
DI VASCO ERRANI
- 4 IN BREVE**
- 6 PRIMO PIANO**
Difendere il welfare
nonostante i tagli
DI SILVIA SARACINO
- 10 EXPORT**
Viaggio dove la R&S
è questione di Stato
DI THOMAS FOSCHINI
- 11 Zhejiang, la Cina
delle opportunità**
DI SILVIA SARACINO
- 12 Crescita forte e stabile
Business assicurato**
DI GIUSEPPE SANGIORGI
- 15 SCENARI**
Due regioni fondate
sulla manifattura
DI GAIA TORZINI
- 18 TURISMO**
Un 2008 "in difesa"
Ma si guarda avanti
DI NATASCIA RONCHETTI
- 20 ENERGIA**
Elettricità, il trend
lungo la via Emilia
DI CLAUDIA GRISANTI
- 22 L'OPINIONE**
Un mercato europeo
per l'energia sostenibile
DI ANDREA ZANLARI
- 23 RAPPORTO**
Più rifiuti, ma anche
eccellenza gestionale
DI NATASCIA RONCHETTI
- 24 FOCUS**
Camera di Bologna
Il tempo delle scelte
DI GIUSEPPE SANGIORGI
- 26 SETTORI**
Meccatronica, un terreno
in gran parte inesplorato
DI VERONICA CIPRIANO
- 28 Linea pelle, tra incertezza
e voglia di innovazione**
DI VERONICA CIPRIANO
- 30 Le nuove frontiere
della meccanica agricola**
DI ANTONELLA CARDONE
- QUADERNI & DOCUMENTI**
Subfornitura moda
- 31 SVILUPPO**
Upi-Unioncamere
Un patto per la crescita
DI LUANA PLESSI
- 33 Capitolo infrastrutture
Qualcosa si muove**
DI GIUSEPPE SANGIORGI
- 34 EVENTI**
Il mondo delle due ruote
si incontra a Modena
DI CRISTIANO TASSINARI
- 38 INCHIESTA**
Dai flipper al virtuale
DI SILVIA SARACINO
- 40 INNOVAZIONE**
Crit Research, a Vignola
il broker dell'innovazione
DI ROBERTO CALVI
- 43 A Ravenna il primo
Autogrill sostenibile**
DI ALBERTO NICO
- 44 AGROALIMENTARE**
Cioccoshow
DI GIUSEPPE SANGIORGI
- 46 LIBRI**
Etica e produzione
La parola a Olivetti
DI ANTONELLA CARDONE
- 48 AZIENDE**
Colture di qualità
Garantisce Kws
DI VERONICA DECAPOA
- 50 La Formula giusta
per ripulire le città**
DI ENRICO VINCENZI
- 53 SPECIALE INFORMATICA**
INSERTO PUBBLIREDAZIONALE
- 59 FLASH EUROPA**

Editoria

Stampa locale, un premio a Econerre

La nostra rivista "Econerre", edita da Unioncamere e Regione Emilia-Romagna, ha vinto il secondo premio alla decima edizione del Premio Cento alla stampa locale, nella sezione house organ. Patrocinato dall'Ordine dei Giornalisti, il Premio è conferito alle pubblicazioni periodiche istituzionali a diffusione gratuita più significative, edite da enti pubblici locali o da realtà private ma con forte valenza pubblica. La cerimonia di attribuzione del premio è avvenuta a Milano nel corso della decima edizione del Com-Pa.

Ravenna ha fatto il bis: nelle rispettive sezioni, secondo posto per Welcome to Ravenna, edito dal Comune, e primo per Museo Informa, della Provincia. Quinta classificata, per la sezione "Comunicare on linee", la newsletter "Unioncamere Informa", edita settimanalmente dall'ufficio stampa di Unioncamere.



Il Paese è al centro dei programmi di internazionalizzazione Turchia, un mercato emergente che continua a offrire opportunità

Missione in Turchia per 16 imprese agroindustriali e meccaniche dell'Emilia-Romagna, organizzata da Regione Emilia-Romagna e Ice. Un mercato, quello turco, che per la nostra regione vale oltre 760 milioni di euro di esportazioni e offre opportunità di crescita anche in questa fase di difficoltà economica. La delegazione è stata a Istanbul e, successivamente a

Izmir (Smirne), per incontri diretti con decine di aziende turche durante due giornate di incontri bilaterali, visite aziendali e partecipazione alla Fiera Agroexpo di Izmir. Particolare, del resto, l'attenzione dedicata alla Turchia da parte dei programmi di internazionalizzazione della Regione, data la struttura produttiva simile, la buona accessibilità, le elevate performance di crescita del Paese. Le relazioni fra Turchia e Regione Emilia-Romagna si sono intensificate nel 2007 e 2008 con diversi progetti di cooperazione bilaterale come "New Tech for Pack in Turkey", che ha visto sette aziende bolognesi settori dell'automazione industriale, del packaging, dell'elettronica, del software e dell'imballaggio partecipare alla fiera internazionale di Istanbul. Sarà avviato nel febbraio 2009 il Progetto Agforise, realizzato nell'ambito del VII Programma Quadro dell'Unione Europea (2007-2013), e che vede la Regione partecipare come partner assieme alla Regione turca di Adana-Mersin.

L'iniziativa della Camera di Rimini Marchio e competitività

Giorgio Avanzolini, con il marchio "Curyous", Anoi srl con "Rosamunda" e Maiullo snc con "San Quintino" sono i vincitori dei premi (rispettivamente del valore di 3.750 euro, al primo classificato, 2.250 euro al secondo e di 1.500 euro al terzo) della seconda edizione del concorso promosso dalla Camera di commercio di Rimini per richiamare l'attenzione degli operatori economici sul valore competitivo del marchio d'impresa e sull'importanza di assicurarne la protezione. La premiazione è avvenuta nel corso della giornata di studio "Marchio e competitività" durante la quale sono stati esposti nella sede camerale gli oltre 40 marchi che hanno partecipato alla selezione.



CESENA GRUPPO TREVI, FIOCCANO LE COMMESSE

Vanno a gonfie vele gli affari per il gruppo cesenate Trevi (ingegneria del sottosuolo). Doppia commessa per la società controllata piacentina Drillmec, che ha concluso un contratto per 104,2 milioni di dollari con la compagnia irakena Drilling Com-

pany per la fornitura di sei impianti per perforazione petrolifera e gas. La stessa Drillmec ha raggiunto poi un accordo con la Columbia Oilfield Supply Inc di Houston (Texas), società di perforazione del gruppo americano Weatherford, leader a livello mondiale nel settore petrolifero, per la fornitura di 4 impianti per un valore complessivo di 44,2 milioni di euro. Altri due accordi sono stati perfezionati dall'altra controllata Petreven, che ha sottoscritto in Venezuela, con la società Petrodelta, un contratto di 24 mesi

per la fornitura di servizi di perforazione petrolifera per circa 40 milioni di dollari. Petreven ha poi firmato in Colombia un contratto per la fornitura di servizi di perforazione petrolifera con la società colombiana Petrominerales, per un valore complessivo di 14 milioni di dollari.

BOLOGNA MARCHESINI PUNTA SULLA TOSCANA

Marchesini Group, azienda bolognese specializzata nella fornitura di linee

complete e macchine per il confezionamento farmaceutico e cosmetico, ha acquisito il 100% dell'azienda Neri di Barberino del Mugello, in provincia di Firenze, leader nella produzione di macchine per l'applicazione di etichette autoadesive su un'ampia gamma di prodotti e impianti di sterilizzazione.



SICUREZZA UNO SPORTELLINO ALLA CAMERA DI COMMERCIO

Verificare che i giocattoli siano a norma, indicare l'elenco delle prescrizioni a cui devono attenersi i produttori, tenere l'elenco dei prodotti ritirati dal mercato. Questo il compito dello "Sportello Sicurezza Prodotto", varato dalla Camera di commercio di Bologna. Unica realtà di questo tipo in Italia, fornisce informazioni a consumatori e a imprese. Qualora il giocattolo sia sprovvisto della marcatura "CE", che garantisce

■ Costruzioni Le "piccole" puntano sull'Arabia

Quindici piccole e medie imprese emiliano-romagnole hanno partecipato al Saudi Build di Riyadh in Arabia Saudita alla 20ª edizione della manifestazione internazionale delle tecnologie e i materiali da costruzione. Il progetto, promosso dalla Regione Emilia-Romagna e Ice, ha preso avvio in occasione della Country presentation del 2007 e si è sviluppato, grazie al supporto del sistema Api, nell'organizzazione di un'area espositiva dedicata alle imprese emiliano-romagnole che hanno presentato prodotti tecnologicamente avanzati nel settore della movimentazione terra, della teleselezione dell'illuminazione esterna, valvole, filtri e dispositivi per sistemi di irrigazione, condutture petrolchimiche e a uso industriale. Si sono svolti incontri d'affari one to one anche per altre aziende interessate a incrementare e facilitare gli scambi economici e commerciali con imprese arabe preselezionate dall'ufficio Ice di Riyadh.



Delegazione in visita in regione Un futuro di benessere per il Congo

Per le imprese emiliano-romagnole si possono aprire nuove opportunità di business nella Repubblica del Congo. Una delegazione del Paese centro africano guidata dal ministro per le piccole e medie imprese, Adelaide Moundele Ngollo, e dall'ambasciatore in Italia, Mamadou Dekamo Camara (nella foto con Ugo Girardi), ha incontrato rappresentanti di Camere di commercio, Unioncamere, Sprint Emilia-Romagna e organizzazioni economiche a Bologna. Risorse naturali in abbondanza, dal petrolio, al legno, al gas, ai diamanti e all'oro, ai minerali, ma anche una ritrovata stabilità politica e una serie di misure fiscali e agevolazioni doganali (stabilite innanzitutto dalla Carta nazionale degli investimenti del 2003) possono favorire l'afflusso di capitali stranieri e collaborazioni produttive nel Paese che ha come capitale Brazzaville. Per la Repubblica del Congo l'Italia è il secondo partner commerciale dopo la Francia. La delegazione congolese ha voluto conoscere il sistema economico dell'Emilia-Romagna, in particolare il modello cooperativo.

■ Emirati Arabi Ceramiche e ortofrutta a Dubai

C'erano anche importanti aziende emiliano-romagnole tra i produttori di macchine per ceramica che hanno partecipato al "The big 5 show" di Dubai, il più grande evento fieristico per l'edilizia e le costruzioni del Medio Oriente, consorziati in nel Sistema Italia organizzato da Acimac (Associazione costruttori Italiani macchine per ceramica) in collaborazione con l'Ice. Nell'iniziativa svoltasi al Dubai International Exhibition Centre, sono state coinvolte aziende di primo piano come Air Power Group, Manfredini & Schianchi, Piccinini Impianti, Poligraph, Sacmi, Siti-B&T, Stylgraph e System. Sempre a Dubai, Mediterranean Fruit Company, il consorzio che raccoglie le più importanti realtà nel campo dell'ortofrutta italiana, ha presentato la propria attività al Middle East Congress in una trasferta durante la quale aziende come Apofruit, Imc, Sorma, Graziani, Infia e la stessa fiera Macfrut hanno avuto la possibilità di entrare in contatto con le principali realtà commerciali e produttive degli Emirati Arabi.



il rispetto delle normative europee in materia di sicurezza, lo Sportello Sicurezza Prodotto interviene, se necessario applicando le sanzioni previste dalla legge. Le informazioni principali – per consumatori e imprese – sono raccolte in un opuscolo disponibile sul sito della Camera di commercio. L'attività dello Sportello Sicurezza Prodotto non si limita ai giocattoli, ma si estende a oltre 30 categorie merceologiche.

■ FORLÌ SUCCESSO DI SOFTER NEGLI STATES

Con un'acquisizione strategica di cruciale importanza Softer, leader nella produzione di leghe polimeriche per l'industria, spicca il volo verso il mercato globale. L'azienda romagnola ha acquistato la divisione europea di Matrixx Group, realtà americana specializzata in tecnopolimeri, che ha i suoi due siti produttivi a Marcaria e Castelfoglio in provincia di Mantova.

Nei due stabilimenti Matrixx Europe si producono ogni anno 15mila tonnellate annue di compound tecnici – molti dei quali omologati per l'automotive – che ampliano e completano l'offerta Softer. L'acquisizione significa inoltre per l'azienda forlivese diventare automaticamente interlocutrice privilegiata dei clienti di Matrixx Europe, tra cui figurano colossi del calibro di Ford e General Motors.



■ REGGIO EMILIA COMMESSA NEL LAZIO PER ARICAR

Aricar, azienda di Cavriago associata ad Api Reggio Emilia e leader nel settore dell'allestimento di ambulanze e veicoli per disabili (fatturato annuo superiore a 16 milioni di euro) si è aggiudicata la gara per la fornitura di 116 ambulanze per l'Azienda Regionale di Assistenza Sanitaria del Lazio, per un valore pari a un valore di 6,3 milioni di euro. Un risultato particolarmente significativo per



l'azienda presieduta da Silvana Burani, ottenuta nel territorio dove, a Latina, c'è il concorrente principale di Aricar, impresa che fa parte del gruppo Arkimedita di Cavriago, quotato in borsa al mercato Expandi.

di Silvia Saracino



Bilancio di previsione 2009, una boccata d'ossigeno per imprese e famiglie

Difendere il welfare nonostante i tagli

Difesa del welfare per sostenere il potere d'acquisto delle famiglie, forte rilancio degli investimenti pubblici e sostegno alla piccola e media impresa. Il tutto senza aumentare di un euro le tariffe o i tributi regionali e senza introdurre ticket sanitari. In questo momento di crisi economica

il bilancio di previsione 2009 della Regione Emilia-Romagna è una boccata d'ossigeno: approvato dalla Giunta il 10 novembre (assieme al piano pluriennale 2009-2011 e al Documento di politica economica e finanziaria) in queste settimane è sottoposto all'iter di discussione che

dovrebbe concludersi con l'approvazione definitiva entro fine anno. "Un bilancio importante - ha dichiarato il presidente della Regione Vasco Errani - perché raccoglie i risultati di alcuni anni di lavoro, propone un impianto adeguato per affrontare il futuro e coglie le criticità che stanno attraversando la

nostra società, con risposte che da subito faranno sentire i propri effetti su imprese e famiglie". Sull'impegno della Regione, dice Errani, "la dice lunga il fatto che il fondo regionale per la non autosufficienza è dotato di più risorse rispetto all'intero fondo nazionale".

Mentre i Comuni sono costretti a tagliare i servizi per i minori finanziamenti che arrivano dallo Stato, la Giunta vara una manovra che fissa a 14.268 milioni di euro le entrate (erano 13.220 nel 2008) e le uscite per il prossimo anno, tra entrate proprie, quote di partecipazione a tributi statali e trasferimenti corren-

ti. Gli investimenti saranno 2.418,8 milioni di euro, il 10,9% in più - pari a 240 milioni di euro - rispetto al 2008: ne beneficeranno in particolare l'ambiente, i trasporti e la casa (oltre 1.240 milioni di euro) e il sistema produttivo (630 milioni).

Una moltiplicazione delle risorse che non ha niente di "miracoloso" - "i tagli purtroppo ci sono anche per noi e sono innumerevoli, dal fondo sulla non autosufficienza all'affitto, dal diritto allo studio alla casa e la cultura", ha spiegato Errani - ma che viene ottenuta grazie a una riorganizzazione del debito, una politica centralizzata per gli acquisti e la



Grazie all'incremento di efficienza, la Regione può far fronte al crollo dei trasferimenti da parte del Governo

In alto a destra, il presidente Vasco Errani
In basso, il vicepresidente della Giunta regionale e responsabile settore bilancio Flavio Delbono

diminuzione delle spese per il funzionamento dell'ente.

Innanzitutto, per effetto del calo degli interessi, diminuiscono del 46% le spese della Regione per il rimborso di prestiti e mutui, l'ammontare dello stock del debito, passando da 216,9 a 116 milioni di euro (meno 46,3% rispetto al bilancio 2008). Questo sarà reso possibile, oltre che da una buona gestione del bilancio, anche dall'estinzione di diversi mutui e dalla scelta di finanziare i nuovi investimenti non ricorrendo al credito ma utilizzando risorse proprie. Per quanto riguarda la spesa di funzionamento, "abbiamo dimezzato in tre anni le consulenze e nel 2009 si riducono del 3,3% le spese di personale che scendono da 370 a 358 milioni di euro", ha spiegato Flavio Delbono, vicepresidente della Regione e responsabile del settore bilancio. Una cura dimagrante che permetterà di aumentare gli investimenti, nonostante i pesanti vincoli imposti dalla manovra finanziaria del Governo per il 2009, che si traducono in misure restrittive soprattutto nella copertura garantita dal sistema del welfare.

"Come Regioni abbiamo fatto presente al Governo che i tagli della finanziaria 2009 sono pesantissimi e il timore è che altre manovre finanziarie producano ulteriori difficoltà allo stato sociale", ha sottolineato Errani, che è anche presidente della Conferenza delle Regioni. Rispetto al 2008 lo Stato prevede di tagliare di 660 milioni di euro le risorse a sostegno delle politiche sociali, non verranno più finanziati il fondo per le non autosufficienze - che a partire dal 2010 subirà un taglio di 400 milioni di euro - e già dal prossimo anno non ci sarà più il fondo a sostegno degli affitti che significa 43,7 milioni di euro un meno.

Non solo: è sottostimato il fabbisogno per la sanità, rispetto al quale le Regioni sperano che il Governo riveda le cifre - "altrimenti non firmeremo il patto per la salute", avverte Errani - così come è inadeguato il finanziamento per garantire il trasporto pubblico locale.

In questo scenario la Regione corre ai ripari con una manovra che viene incontro a imprese e famiglie che sempre di più perdono potere d'acquisto.



Welfare

È certamente uno dei settori nell'agenda della priorità, con la Regione che punta a sostenere il potere d'acquisto delle famiglie mantenendo e potenziando gli interventi e servizi a favore soprattutto delle fasce deboli. La manovra interviene su sanità, fondo per la non autosufficienza, diritto allo studio, trasporto pubblico e casa.

L'intervento più significativo riguarda il fondo per la non autosufficienza che verrà incrementato passando da 319 a 345 milioni. "Più di quanto spende lo Stato per tutta l'Italia", ha sottolineato il presidente Errani. Le risorse aggiuntive aiuteranno le famiglie a regolarizzare i rapporti di lavoro con le assistenti domiciliari e ad attenuare l'impatto di eventuali incrementi delle rette nelle strutture assistenziali.

Tutto il servizio sanitario verrà qualificato grazie a 186 milioni di euro che serviranno per realizzare nuovi ospedali, strutture residenziali e per acquistare nuove tecnologie e attrezzature sanitarie. Anche la casa e la riqualificazione urbana saranno al centro di interventi specifici: per far fronte alle esigenze abitative è prevista la realizzazione di 10mila alloggi in 10 anni, sia in affitto che in proprietà (prima casa). Verranno inoltre recuperati gli appartamenti pubblici attualmente sfitti.

Per quanto riguarda il diritto allo studio, l'istruzione, le borse di studio, lavoro e formazione vengono stan-



LA STRATEGIA

Recupero di alloggi sfitti pubblici Un piano per rispondere all'emergenza casa

Recupero di 1.833 alloggi sfitti pubblici con risorse pari a 35 milioni di euro. È con questa manovra che la Regione interviene per contenere l'emergenza abitativa che coinvolge sempre più persone: nell'ultimo anno la situazione si è aggravata, con 30mila famiglie in lista d'attesa per ricevere un alloggio pubblico, e nel 2008 sono passate da 48 a 52mila le famiglie ammesse a ricevere un contributo dal fondo sociale per l'affitto.

"Non possiamo attendere oltre il Governo per dare risposte al bisogno di alloggi di edilizia sociale", ha dichiarato l'assessore regionale alla Programmazione e sviluppo territoriale Luigi Gilli, che nei giorni scorsi ha raccolto anche la disponibilità degli enti locali a contribuire all'avvio del programma di fatto annullato dal Governo.

Il programma, varato lo scorso anno per un totale di 45 milioni di euro, prevedeva con risorse statali (per le aree a forte tensione abitativa) e regionali di recuperare con rapidità i 1.833 alloggi sfitti. "In un contesto economico difficile - ha aggiunto Gilli - dobbiamo dare rapide e certe risposte al problema casa. Inoltre non è pensabile che ogni Governo, utilizzando peraltro sempre le stesse risorse, riveda programmi e piani per l'edilizia sociale: così siamo fermi da oltre 10 anni".

Dei 1.833 alloggi previsti dal programma, 1.309 sono nei comuni capoluogo, nei centri limitrofi con oltre 10mila abitanti e nei comuni ad elevata tensione abitativa. Le case vuote, in accordo con Comuni e Province, verranno rapidamente immesse nel circuito di assegnazione degli alloggi di proprietà pubblica ■



ziati complessivamente 390 milioni di euro: in particolare, aumenta di 3,5 milioni di euro la spesa per borse di studio e assegni per gli studenti. L'intervento riguarda anche l'edilizia scolastica con un programma di messa a norma e ampliamento degli edifici, a cominciare dagli asili nido: "Per noi ridurre le liste d'attesa nella scuola da zero a tre anni è un obiettivo strategico", ha spiegato Errani. Al trasporto pubblico locale e ai sistemi di mobilità sono destinati 1.017 milioni di euro di cui 587 milioni per il potenziamento delle linee e per l'acquisto di nuovo materiale rotabile. In particolare 100 milioni verranno impiegati per l'acquisto di 20 nuovi treni per il tra-

sporto regionale: "Vogliamo aumentare i servizi ferroviari ma bisogna vedere se il gestore è in grado di realizzarli", ha osservato l'assessore ai trasporti Alfredo Peri.

Sostegno alle imprese

In questa fase di crisi il sostegno all'economia regionale riveste un ruolo centrale: la Regione mette in campo 525 milioni di euro per finanziare la ricerca industriale, sostenere i progetti delle imprese, certificare i laboratori e i centri della rete alta tecnologia. Per sostenere il credito alle imprese, grazie alla stipula di una convenzione con il settore bancario, verranno resi disponibili



IL PROGETTO

A Bologna il Forum della piccola industria “(Ri)nati per esportare”

Anche l'industria emiliano-romagnola chiede a gran voce un intervento del Governo in questo momento di difficile congiuntura internazionale. Il tema è stato affrontato nell'ambito del Forum della piccola industria “(Ri)nati per esportare”, che si è tenuto a Bologna il 24 e 25 ottobre. Sono intervenuti numerosi esponenti del mondo imprenditoriale locale e nazionale, dal presidente di Confindustria nazionale Emma Marcegaglia al presidente di Unindustria Bologna Gaetano Maccaferri, da Giuseppe Morandini, presidente della Piccola Industria di Confindustria, al ministro per la Pubblica amministrazione e innovazione Renato Brunetta.

“Le piccole imprese rappresentano il cuore e l'anima della nostra imprenditoria, sono un patrimonio sociale di competenze e competitività che non può essere lasciato solo”, ha esordito Maccaferri. Di fronte a una crisi che “contribuirà a ridefinire le dinamiche economico finanziarie”, occorre “guardare avanti e individuare le politiche per sostenere le Pmi oltre alle azioni per accompagnarle sui mercati internazionali”. Ma serve anche “un migliore e più equo accesso al credito e un pacchetto di

interventi straordinari da parte del Governo”. L'assenza di un pacchetto di interventi straordinari del Governo dedicati alle piccole imprese “sarebbe un fatto grave non solo per gli imprenditori e per le loro aziende ma per l'intero Paese”, ha affermato Maccaferri.

Il presidente Giuseppe Morandini ha chiesto “misure concrete, a partire dalla politica fiscale, per passare dalle parole ai fatti e aiutare veramente le imprese”, perché le Pmi possono essere per l'Italia “l'uscita di sicurezza dalla crisi, ma per imboccare questa strada il Governo deve riconoscere con interventi concreti il ruolo di traino svolto dalle piccole e medie imprese nell'economia italiana”. Alle banche spetta invece il compito di “garantire coraggiosamente il loro sostegno al tessuto produttivo” ■



Il presidente di Unindustria Bologna Gaetano Maccaferri, insieme al presidente di Confindustria nazionale Emma Marcegaglia

li 50 milioni di euro, di cui 25 per l'artigianato e 25 per il settore industriale. L'intervento verrà svolto assieme ai Consorzi Fidi attraverso convenzioni con le banche che assicureranno comportamenti virtuosi verso le imprese. Le modalità sono ancora tutte da discutere nell'ambito del Tavolo di confronto tra Regione, Abi e Consorzi Fidi attivato in ottobre: la Regione chiede alle banche un patto antirecessione per definire l'utilizzo del fondo di 50 milioni per l'abbattimento dei tassi di interesse e l'agevolazione al credito con quelle banche che assicureranno, attraverso una convenzione, condizioni positive e buone pratiche di accesso al credito.

“Le risorse che mettiamo a disposizione – spiega l'assessore regionale alle Attività produttive Duccio Campagnoli – serviranno per consentire alle imprese, soprattutto le più piccole, di poter trovare in banca i finanziamenti necessari agli investimenti”. Con la crisi finanziaria ed economica c'è il rischio che “si interrompa il flusso di investimenti, per questo proponiamo un patto virtuoso tra istituzioni, sistema del credito e imprese per andare avanti verso l'investimento in innovazione e la presenza nei mercati internazionali”.

Per quanto riguarda l'agricoltura, la Regione cofinanzierà con circa 90 milioni di euro il Piano di Sviluppo Rurale 2007-2013, che beneficerà di risorse complessive pari a 934,66 milioni di euro ■

Pubb

di Thomas Foschini

Delegazione emiliano-romagnola in Israele, dove l'innovazione vale cinque punti di Pil

Viaggio dove la R&S è questione di Stato

Rafforzare la presenza del sistema industriale italiano e regionale nel Paese, presentare alle nostre imprese il mercato israeliano e le sue eccellenze, al fine di incrementare le esportazioni, promuovere collaborazioni che combinino la forte capacità industriale italiana con le sofisticate tecnologie sviluppate dalle imprese israeliane. Questo l'obiettivo della missione imprenditoriale che ha accompagnato, dal 25 al 28 novembre scorsi, la visita di Stato in Israele da parte del Presidente della Repubblica Giorgio Napolitano. Promossa da Ice, Abi e



Copyright: Regione Emilia-Romagna A.I.U.S.G.
Autore: Davide Lotti - Unifem.org/italiainorganizzati

le quali molte piccole e medie imprese ma anche importanti gruppi industriali, a dimostrazione del grande interesse da parte del tessuto economico regionale per eventuali prospettive di sviluppo nell'area. Durante la missione sono stati organizzati seminari tematici, visite a parchi industriali e incontri mirati con controparti locali, nonché un workshop a Tel Aviv, organizzato congiuntamente da Regione e Confindustria, dedicato all'alta tecnologia.

Di particolare rilievo, rispetto alle possibili collaborazioni nell'ambito della Ricerca e Sviluppo, gli incontri tra la delegazione emiliano-romagnola e i responsabili dei principali istituti di ricerca israeliani, su tutti l'Ospedale Hadassah di Gerusalemme, per il comparto "scienze della vita", e del Technion di Haifa, per quanto riguarda la meccanica avanzata. Incontri che si aggiungono alla partecipazione, da parte della delegazione, al business forum Italia-Israele, che si è tenuto il 27 novembre, e alla firma della "joint declaration" sulla R&S con l'Office of the Chief Scientist del ministero dell'Industria israeliano ■



Siglato l'accordo con il Governo per favorire la cooperazione industriale

Confindustria e co-organizzata dalla Regione e da Confindustria Emilia-Romagna, la missione ha voluto testare le opportunità di internazionalizzazione e sviluppo in una delle realtà più avanzate a livello mondiale nel campo della R&S e dell'industrializzazione dei risultati, il tutto grazie a una spesa pubblica in questo settore che, in Israele, sfiora il 5% del Pil, e a efficaci strumenti finanziari privati e pubblici che supportano centri di ricerca di eccellenza mondiale, primi tra tutti l'Istituto Weizman di Rehovot e il Technion di Haifa. Queste importanti esperienze, e l'eccellenza del settore hi-tech, fanno di Israele un modello di grande interesse per l'Emilia-Romagna. L'interscambio commerciale ha registrato nel 2007 un aumento delle importazioni rispetto al 2006 pari al 5%, per un valore di oltre 83 milioni di euro, e un aumento dell'export pari al 12%, per un valore di oltre 181 milioni di euro. Macchine e apparecchi meccanici rappresentano la principale categoria

merceologica esportata. Le importazioni ed esportazioni tra Emilia-Romagna e Israele sono rispettivamente l'8% e il 16% del totale italiano.

"Dal 2005 - spiega l'assessore regionale alle Attività produttive Duccio Campagnoli - la Regione Emilia-Romagna, assieme a Aster, ha intrapreso una collaborazione costante con le più interessanti realtà israeliane in ambito scientifico e tecnologico per la promozione internazionale del sistema della R&S e innovazione in ambito accademico e industriale". A questo proposito, in occasione della missione la Regione ha firmato con il Governo israeliano un accordo strategico in materia di ricerca e sviluppo industriale, "che sicuramente - ha sottolineato l'assessore - avrà ricadute benefiche per le imprese regionali ad elevato tasso di innovazione".

Guidata da Sergio Sassi, presidente della commissione Internazionalizzazione di Confindustria Emilia-Romagna, e da Mario Riciputi, vicepresidente dell'associazione, la delegazione imprenditoriale emiliano-romagnola si è concentrata, durante la visita in Israele, sui settori che offrono le maggiori opportunità per le imprese della regione: meccanica avanzata, elettronica, infrastrutture, trasporti, telecomunicazioni, energie alternative. Oltre 30 le imprese regionali che hanno partecipato, tra

Nella foto in alto, l'assessore regionale alle Attività produttive Duccio Campagnoli. In basso, Sergio Sassi, imprenditore e presidente della commissione Internazionalizzazione di Confindustria Emilia-Romagna

Firmato l'accordo di collaborazione per favorire l'interscambio commerciale e tecnologico

Zhejiang, la Cina delle opportunità

di Silvia Saracino

Si stringono ulteriormente i rapporti di collaborazione tra la Regione Emilia-Romagna e la Cina grazie all'ultimo accordo di partnership con la Provincia dello Zhejiang, che circonda l'area di Shanghai.

L'accordo, siglato lo scorso 14 novembre nel corso di una visita della delegazione cinese in regione, riguarda il campo economico, scientifico e culturale ed è stato sottoscritto dal presidente della Regione Vasco Errani e dal presidente della Provincia dello Zhejiang Zhao Hongzhu.

L'incontro - a cui hanno partecipato anche l'assessore regionale alle Attività produttive Duccio Campagnoli e il segretario generale di Unioncamere Ugo Girardi - segna l'avvio di una partnership che prevede la promozione di contatti diretti e scambi economici e commerciali, oltre ad iniziative di cooperazione nei campi della scienza e della tecnologia, del turismo, della cultura, dello sport, della sanità, dell'educazione.

La provincia dello Zhejiang, con 56 milioni di abitanti, rappresenta un'area strategica: è una delle zone più sviluppate della Cina ed è l'area - attorno alla grande città di Shanghai - dove sono concentrate la maggior parte delle imprese emiliano-romagnole che lavorano nel Paese del Dragone. Non solo: molti cittadini cinesi che vivono in Emilia-Romagna provengono da questa provincia.

"Il nostro interscambio con la Cina sta crescendo a ritmi del 30% l'anno - ha sottolineato Campagnoli - e anche in questa situazione di crisi si prevede che lo sviluppo del Paese continuerà ad un ritmo sostenuto anche nei prossimi anni". Diventa cruciale quindi sostenere il mondo produttivo non solo agevolando gli investimenti ma "costruendo que-

ste occasioni di incontro e scambio", ha aggiunto l'assessore.

Il presidente della Regione Vasco Errani ha sottolineato come la Cina sia diventata "un punto di riferimento fondamentale per sviluppare ulteriormente l'export delle nostre imprese". L'accordo si inserisce infatti in una "serie di azioni sull'internazionalizzazione della nostra economia che stiamo portando avanti, con successo per quello che riguarda la Cina, da molti anni".

Per le nostre imprese la Cina è dal 2000 sinonimo di concorrente temibile e allo stesso tempo paniera di nuove opportunità. L'Emilia-Romagna è la terza regione italiana per esportazioni verso la Cina: nel 2007 il valore dell'export ha superato i 740 milioni di euro - con una crescita del 16,4% rispetto al 2006 - ed è quasi triplicato rispetto al 2000, in un quadro di interscambio commerciale in continua evoluzione.

I settori di punta dell'export regionale verso la Cina sono la meccanica per l'industria, il 63% del totale, il comparto Made in Italy che com-

prende casa, moda e alimentare, il 6%, mentre sono in crescita anche le esportazioni che riguardano l'automotive, le macchine produzione energia e l'alimentare. In particolare, a trainare l'export nella prima parte del 2008 è il settore macchine ed apparecchi meccanici, con una crescita del 22,2 per cento.

Sono 190 le imprese emiliano-romagnole che hanno investimenti diretti in Cina (di cui 140 a Shanghai) collocando il paese asiatico al 6° posto tra i primi 13 Paesi di destinazione (e al 1° posto tra i Bricst). Le imprese interessate al mercato cinese possono avvalersi di Infopoint Shanghai, il Centro servizi della regione: nato nel 2003, in sei anni ha offerto assistenza a oltre 1.000 imprese attraverso l'erogazione di informazioni di primo accesso al mercato cinese, il supporto all'organizzazione di incontri B2B, ricerca partner, missioni imprenditoriali ■

Un'area strategica, tra le più sviluppate del Paese asiatico, dove già operano molte nostre imprese



Foto Bruno Valeriani - Regione Emilia-Romagna

Il presidente della Regione Emilia-Romagna Vasco Errani e il presidente della Provincia dello Zhejiang, Zhao Hongzhu

di Giuseppe Sangiorgi

Il punto sulle opportunità di cooperazione durante il convegno "Italia-America Latina"

Crescita forte e stabile Business assicurato

Pur in un periodo di crisi internazionale, oggi l'America Latina vive il suo momento migliore dal punto di vista macroeconomico, con una crescita che si mantiene ancora stabile. L'esistenza di rapporti storici, culturali e umani tra l'Italia e l'America Latina, rende il mercato latinoamericano particolarmente permeabile al Made in Italy. Tra le iniziative messe in campo, il progetto "America Latina", nato da una collaborazione tra Inter-American Investment Corporation (I.I.C. - Banca InterAmericana per gli investimenti del Gruppo BID), Unioncamere Emilia-Romagna, Unioncamere Toscana, Promofirenze, e Business Innovation Centre (BIC) della Regione Lazio, è ormai riconosciuto come l'iniziativa italiana di riferimento per le aziende che hanno concreti interessi commerciali e industriali in Sud America.

Sono più di 150 le aziende regionali selezionate per partnership commerciali



Una conferma si è avuta a Bologna nel convegno "Italia-America Latina: le opportunità di cooperazione e di business per le Pmi italiane" e nei successivi incontri tecnici, relativi in particolare all'ambiente e all'agribusiness, che hanno coinvolto analisti, esperti di economia, rappresentanti

della Banca Inter-americana di sviluppo, esponenti di consolati e ambasciate di 17 Paesi e oltre 100 imprese italiane. "È stata l'occasione - ha detto il segretario generale di Unioncamere Emilia-Romagna, Ugo Girardi - per fare il punto sullo stato dell'arte del progetto di collaborazio-



LA STRATEGIA

In gennaio l'azienda di Sassuolo aprirà una filiale in loco Obiettivo Brasile per Ancora Group

Il mercato verdeoro è strategico per Ancora Group, azienda di Sassuolo leader nella progettazione e produzione di macchine e linee complete per la finitura delle piastrelle ceramiche che nel gennaio del 2009 aprirà una filiale in Brasile, Paese di cui copre quasi il 90% dal punto di vista commerciale. Negli ultimi anni, Ancora Group ha visto costantemente crescere l'interesse e la presenza oltre che in Brasile, anche in Argentina, Cile, Venezuela, Ecuador e Messico. "Questi Paesi - ha spiegato Enzo Morini, direttore commerciale di Ancora Group (nella foto sopra) nel corso della conferenza nazionale sull'America Latina - rappresentano un mercato strategico che ci vede protagonisti nel proporre e importare tecnologia e know how. Attualmente sono 25 le aziende ceramiche in America Latina a cui Ancora Group ha venduto e installato nuove linee e impianti". Nel corso della conferenza, ha riscosso notevole interesse il nuovo sistema

di stampa digitale ad altissima definizione su vetro brevettato da Ancora Group, presentato a Tecnargilla 2008. Il Gruppo Ancora vanta attualmente un fatturato di 55 milioni di euro, risorse umane pari a 315 dipendenti e una filiale in Spagna. Oggi è una consolidata realtà industriale specializzata in due principali comparti: meccanico e della finitura, che rappresentano insieme il più alto esempio di sinergia a favore dell'industria ceramica mondiale. Il primo progetta e produce macchine e linee complete per la finitura di piastrelle ceramiche, coprendo il 90% del mercato italiano e il 75% del mercato estero. È presente in 34 Paesi nel mondo con oltre 900 macchine installate. Il comparto finitura è il più grande polo produttivo conto terzi a livello mondiale. È specializzato nelle lavorazioni di levigatura, lappatura, taglio e rettifica del prodotto ceramico. In Italia, il Gruppo Ancora è in grado di coprire il 40% del mercato, servendo più di 50 produttori. ■

I dati sull'export delle imprese emiliano-romagnole del primo semestre del 2008, confrontanti con il 2007, indicano un aumento del 7% delle esportazioni verso l'area sudamericana, per un valore di oltre 768 milioni di euro.



ne tra Italia e America Latina che sta andando oltre le aspettative: sono più di 150 le aziende dell'Emilia-Romagna selezionate per potenziali partnership con l'America Latina. Questo coinvolgimento delle imprese è un risultato molto positivo ottenuto grazie al lavoro delle Camere di commercio in collaborazione con le associazioni di categoria".

Le aziende emiliano-romagnole sono entrate a far parte di 750 profili di imprese di entrambe le aree che hanno aderito ai database dedicati per offrirsi e ricercare potenziali partner commerciali tramite lo strumento del matching. Oltre 35 le operazioni finanziabili sottoposte allo studio dell'IIC: "L'iniziativa - dice Antonello Bove, responsabile per l'Italia dell'IIC - è considerata un progetto di cooperazione internazionale decentrata, attraverso il coinvolgimento del sistema camerale italiano, che contribuisce a rafforzare i rapporti commerciali-industriali e di trasferimento di know how, dando alle imprese latinoamericane la possibilità di praticare il modello di busi-

IL CASO

La mission della Inter-American Investment Corporation Una banca per finanziare lo sviluppo

La Inter-American Investment Corporation (IIC) è un'organizzazione multilaterale affiliata alla Inter-American Development Bank (Iadb). Il capitale è detenuto da 43 Paesi membri tra i quali l'Italia. Ha iniziato la propria attività nel 1989 come istituzione finanziaria internazionale, nel settore privato, con lo scopo di promuovere lo sviluppo economico dei propri membri nei Paesi dell'America Latina e dei Caraibi.

"Per compiere la propria missione - dice Antonello Bove (nella foto a destra), responsabile per l'Italia della banca - la IIC eroga finanziamenti per progetti sotto forma di prestiti diretti e investimenti azionari, o attraverso linee di credito a intermediari finanziari locali e a fondi di investimento locali e regionali. L'attività è focalizzata principalmente sulle piccole e medie imprese che hanno difficoltà a reperire finanziamenti da altre fonti in termini competitivi. L'attività della Corporation - aggiunge Bove - funge da catalizzatore per attirare altre risorse, quali finanziamenti, tecnologia e know-how. Tali risorse vengono mobilitate attraverso attività di finanziamento, cofinanziamento e di identificazione di partner".

La Conferenza nazionale di Bologna ha

rappresentato una concreta azione per stimolare investimenti con accesso a strumenti finanziari competitivi. "Il core business della IIC - precisa Jorge Roldan, responsabile per l'assistenza tecnica e le partnership strategiche - è appoggiare l'investimento nel settore privato. L'attività abbraccia tutti i settori economici e commerciali. I finanziamenti possono essere a lungo termine, fino a 15 anni e su misura".

L'America Latina è un'area strategica per le opportunità che offre, anzitutto per la collaborazione con fornitori esteri nella supply chain: grazie al fenomeno della globalizzazione, la diversificazione geografica a livello mondiale della filiera produttiva assume infatti sempre più importanza. Quindi il trasferimento tecnologico: l'America Latina e i Caraibi detengono una quota rilevante a livello mondiale per gli acquisti di tecnologia italiana. Infine gli investimenti diretti: l'area è una delle principali regioni del mondo dove l'Italia investe attraverso la creazione di affiliate, joint venture, alleanze azionarie e partnership finanziarie ■



Immagine di Buenos Aires

Presentazione del progetto Demetra



IL PROGETTO

Con Demetra, nuove opportunità nell'area del Mercosur Agroalimentare, benessere e turismo

Promuovere opportunità d'interscambio e di investimento per le piccole e medie imprese italiane in America Latina, nei settori agroalimentare, benessere e turismo. È l'obiettivo del "progetto Demetra", promosso dalle undici Camere di commercio italiane dell'area del Mercosur (l'unione economica del Sud America), che è stato presentato in un roadshow a Bologna con l'organizzazione di Unioncamere regionale, alla Camera di Modena, per iniziativa dell'azienda speciale Promec, e infine alla fiera Eima di nuovo nel capoluogo.

"Guardiamo con interesse a un'area ricca di potenzialità come il Sudamerica", ha detto il segretario generale di Unioncamere Emilia-Romagna Ugo Girardi, parlando del progetto il cui nome si rifà alla mitologia greca, dove Demetra (poi Cerere per i Romani), è la dea dell'agricoltura, nutrice della gioventù e quindi del vigore e del benessere e anche artefice del ciclo delle stagioni, della vita e dei viaggi. La presentazione delle aree geografiche del Mercosur era inserita nel programma di scambio delle buone prassi e promozione dei mercati esteri, "Chamber Link", che ha portato Adolfo Bracci, responsabile dei servizi alle imprese della Camera di commercio Italiana a Rio Grande do Sul (Porto Alegre) in Brasile, a incontrare aziende e associazioni di categoria emiliano-romagnole. "In Brasile - ha detto il

funzionario della Camera italo-brasiliana - ci sono 388 milioni di ettari coltivabili. Il mercato di questo e degli altri Paesi dell'area, non deve essere lasciato al dominio delle multinazionali. Le imprese italiane potrebbero produrre in loco utilizzando la materia prima ed evitando dazi doganali". Bracci ha concluso un importante accordo per la costituzione di una società con capitale italiano in Brasile, con un socio del Rio Grande Do Sul per la diffusione in loco di sementi selezionate di foraggio oltre alla produzione di cereali e oleaginose da vendere in Brasile, Italia ed Europa. Il partner italiano dell'operazione è la Mediterranea Sementi di Teramo che ha una piantagione di 1.400 ettari nella provincia di Ferrara e un centro di ricerca sperimentale a Bologna zona Interporto. Andrè Puccinelli, Governatore dello stato del Mato Grosso do Sul, dopo aver preso parte al Forum Italia-Brasile su invito della Camera di commercio italiana di Santa Catarina, è stato a Modena nella sede di Promec per presentare le opportunità d'affari nei diversi settori (zootecnia e carni, agroalimentare, lavorazione cuoio e pellami, turismo, agroturismo, ambiente, miniere, produzione di bioenergia, trasporti e logistica) di questa regione centro occidentale del Paese verdeoro, senza contare il potenziale fabbisogno di tecnologia e di beni e servizi da importare ■

ness tricolore attraverso partnership e joint venture".

I settori più interessanti per le imprese italiane sono l'agroindustria, la meccanica e il manifatturiero industriale in generale. "Sono una settantina le imprese della Toscana che sono state selezionate", ha detto il presidente di Promofirenze, Vasco Galgani. "Incentivare i rapporti economici con il continente latinoamericano è importante perchè nelle economie emergenti vi è

un margine maggiore di opportunità proprio per le Pmi".

La frontiera dell'America del Sud è stata spesso vista come rischiosa, ma in questa fase, rispetto al passato, "le economie dei Paesi latinoamericani sono più forti - ha precisato Emanuele Baldacci, chief economist del Gruppo Sace, che assicura gli investimenti italiani nel mondo - perchè hanno sviluppato dei meccanismi di difesa che le rendono abbastanza solide da poter affrontare anche questa crisi globale". Questo grazie a cinque anni di crescita recente molto forte e alle riserve statali che sono state irrobustite.

Il tessuto produttivo simile a quello italiano, composto in gran parte da Pmi, costituisce un'ulteriore opportunità di sviluppo, senza dimenticare il potenziale dato dalla presenza in numerosi paesi di collettività italiane. "La prima fase di presentazione-diffusione del progetto alle imprese - ha sottolineato il segretario generale di Unioncamere Toscana, Enrico Ciabatti - ha portato alla banca dati. Quindi si è passato al matching tra le imprese, per promuovere forme di collaborazione, con l'ausilio degli strumenti finanziari previsti dall'IIC. Quindi il progetto ha subito una evoluzione, nel senso di una maggiore attenzione anche alle Pmi che, non potendo affrontare onerosi investimenti in America Latina, possono invece essere interessate alla ricerca di partner per la commercializzazione". Dal mese di settembre è on line anche un portale web, <http://www.progettoamericalatina.it>, uno strumento a disposizione delle aziende italiane che potranno prendere conoscenza diretta di informazioni relative ai mercati latino americani, individuare velocemente potenziali partner - grazie al matching automatico - nonché valutare le soluzioni di finanziamento proposte da IIC. "Il progetto America Latina cresce - ha aggiunto Girardi - oltre ad iniziative commerciali di export, o delocalizzazioni, le imprese italiane sono interessate a sviluppare investimenti diretti, partnership, joint venture. Lo sviluppo andrà nel senso di una sempre maggiore attenzione e assistenza specializzata alle imprese. Una verifica sarà a Roma nel 2009" ■

Emilia-Romagna e Catalogna, distretti industriali e cluster a confronto

Due regioni fondate sulla manifattura

Di fronte alla crisi economica che dall'America all'Europa fa tremare banche, governi e famiglie, a Bologna si è tornati a discutere di distretti industriali, massima espressione dell'economia reale e manifatturiera, che tanto ha contribuito (e contribuisce) allo sviluppo del Paese. E lo si è fatto attraverso un confronto a tutto campo tra la situazione della regione Emilia-Romagna e quella della Catalogna. L'occasione è stata offerta dal convegno "Catalogna ed Emilia-Romagna: distretti industriali e cluster a confronto", che si è tenuto lo scorso 4 novembre nella sede di Confindustria Emilia-Romagna, in via Barberia, a Bologna. Alla conferenza, organizzata dalla Fondazione Aldini Valeriani e da Nuova Didactica, hanno partecipato, tra gli altri, Franco Mosconi, docente di Economia industriale all'università di Parma e al Collegio

europeo di Parma, e Antoni Subirà, professore di Management alla Iese Business School di Barcellona, nonché ex ministro dell'Industria, del commercio e del turismo nel governo della Catalogna.

"In realtà - ammette Mosconi - quando abbiamo cominciato a organizzare il convegno, (che fa parte di un progetto più ampio approvato da Fondirigenti, "I distretti industriali: innovazione e competitività"), il crollo delle Borse mondiali non era ancora avvenuto e dell'attuale crisi economica non si intravedevano che gli inizi. Ma adesso, con tutto quello che stiamo vivendo, tornare a discutere dell'economia reale e delle imprese manifatturiere è quanto mai attuale e necessario".

In effetti, nell'Unione europea, il 99% delle aziende sono di piccola e media dimensione e assorbono i due terzi della forza lavoro degli Stati membri. Il che significa che l'impre-

sa manifatturiera svolge un ruolo fondamentale come traino dell'economia. Dato poi che la maggioranza di tali imprese non opera isolata, ma bensì all'interno di cluster o distretti industriali (area contraddistinta da un'elevata concentrazione di imprese industriali, di piccola o media dimensione, e dall'elevata specializzazione produttiva), si capisce chiaramente perché negli ultimi anni la Ue preveda programmi e fondi specifici destinati allo sviluppo dei distretti industriali che meglio caratterizzano le regioni degli Stati membri. "I distretti industriali - spiega Subirà - sono sempre esistiti e si confermano quanto mai attuali. Fin dai tempi del Medio Evo si può parlare dell'esistenza di aree geografiche alta-

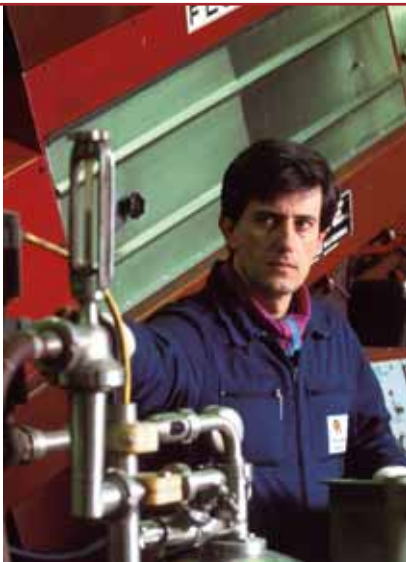
di Gaia Turini

Franco Mosconi,
docente di Economia
industriale



A Confindustria,
un convegno
per tornare
a discutere
di economia reale





mente concentrate e specializzate, e con il passare degli anni questo tipo di realtà produttiva non è andata che sviluppandosi". Il motivo, secondo l'esperto, è semplicissimo: "I clusters fanno parte del sistema: come nel mondo ecologico ogni componente svolge un ruolo ben definito che contribuisce al funzionamento generale, così i singoli distretti sono espressione naturale del sistema economico-produttivo e contribuiscono allo sviluppo e al mantenimento complessivo dell'economia".

La prova di ciò, secondo Subirà, è proprio davanti ai nostri occhi: basta analizzare la situazione economica sia dell'Emilia-Romagna sia della Catalogna. In entrambe le regioni, infatti, esistono aree altamente specializzate caratterizzate dalla presenza di numerose imprese di piccola e media dimensione. E in entrambe le regioni sono proprio le piccole e medie aziende a fare da locomotiva del resto del-

l'economia, dimostrando quanto la manifattura e il rapporto tra lo sviluppo tecnologico e la qualificazione del capitale umano siano il cuore pulsante dei due sistemi.

"La Catalogna e l'Emilia-Romagna - nota Subirà - sono molto più vicine di quello che sembra e presentano numerose caratteristiche simili". A partire dalla disponibilità delle risorse naturali: "Italia e Spagna, in generale, non sono Paesi ricchissimi di materie prime e questo fattore ha pesato nello sviluppo economico. Certo, non siamo di fronte a una situazione come quella presente in Giappone, dove l'unica risorsa sono effettivamente i giapponesi. Però anche le nostre regioni sono povere di alcune materie prime, come carbone o ferro, e pertanto si può affermare che a trainare l'intero processo produttivo sia piuttosto lo spirito imprenditoriale. Le risorse naturali senza l'intraprendenza degli imprenditori locali non portano mai molto lontano". E proprio questa capacità di creare piccoli business che possono poi allargarsi ed entrare in relazione gli uni con gli altri è un altro aspetto in comune tra la regione italiana e quella spagnola: "I due Paesi - continua - sono accomunati da una mentalità simile, che pone al centro di tutto la capacità imprenditoriale dei singoli". C'è poi un'altra caratteristica che avvicina le due regioni. "Entrambe - nota Subirà - sono localizzate al crocevia di importan-

ti vie di comunicazione: voi avete la via Emilia, e siete facilmente collegati con l'Europa centrale; noi la via Augusta, che unisce tutta la penisola iberica al resto dell'Europa. E questo conta moltissimo nello sviluppo di un'area. Anche se, indubbiamente, a livello di infrastrutture, la Catalogna è un po' più sviluppata rispetto all'Emilia-Romagna. A partire dalle Olimpiadi di Barcellona del '92, infatti, abbiamo portato avanti un notevole progetto di sviluppo dell'area, che ha coinvolto l'aeroporto e il porto, con il fine di fare della Catalogna una regione sempre più internazionale. Da questo punto di vista, l'Emilia-Romagna e l'Italia in generale avrebbero bisogno di puntare maggiormente sulla rimodernizzazione delle infrastrutture, partendo soprattutto dal sistema ferroviario per potenziare il collegamento dell'asse Nord-Sud". Altrimenti il rischio è quello di basarsi su un'economia "centrata su se stessa, sulle piccole aree locali, senza la possibilità di comunicare con il resto del mondo". Per quanto riguarda invece le differenze tra la regione italiana e spagnola, Subirà sottolinea come esistano aspetti specifici di entrambe che possono essere presi a modello dall'una e dall'altra parte. "La Catalogna - sostiene il professore - dovrebbe guardare l'Italia per la qualità dei suoi prodotti. Non abbiamo che da imparare dall'elevata specializzazione del vostro sistema produttivo". Ad esempio, prose-



Copyright: Regione Emilia-Romagna A.I.U.S.G.

gue, "l'automatizzazione di alcune vostre imprese nel settore dell'imballaggio e del confezionamento è ad altissimi livelli. Così come la qualità di alcuni prodotti, prime fra tutte le auto di lusso come Ferrari e Maserati". Un aspetto, quest'ultimo, sottolineato anche da Mosconi, moderatore del convegno, che ricorda come "l'eccellenza manifatturiera del Made in Italy, sia nel settore moda sia in quello della meccanica, da anni produca un surplus di 17 miliardi nel budget produttivo dell'Emilia-Romagna". Mentre, aggiunge "dovremmo imitare la Catalogna nel suo percorso di internazionalizzazione realizzato grazie al potenziamento delle infrastrutture nell'arco di pochi anni". E ancora: "dovremmo tenere sempre presente l'eccellenza della Catalogna nella cosiddetta istruzione terziaria: master, dottorati, ricerca universitaria". "La regione spagnola - nota Mosconi - ha saputo creare dei poli di eccellenza anche grazie alle Iese Business School, dove insegna Subirà. Il legame tra mondo universitario, ricerca e settore manifatturiero è molto più fluido rispetto a quello italiano, dove si sta tentando di unire le due realtà, ma ancora senza troppi successi tangibili".

Senza dubbio, notano gli esperti, entrambe le regioni attribuiscono notevole importanza all'apprendimento e alla formazione del capitale umano: basti pensare, ribadisce Subirà che "Bologna è sede di una delle più antiche e prestigiose università europee". Ma forse, anche grazie al suo statuto indipendente rispetto al governo centrale di Madrid, la Catalogna ha saputo investire in modo più energico e proficuo rispetto a Bologna sulla formazione economica dei piccoli dirigenti aziendali. D'altra parte, sottolinea con una punta di ironia il professore catalano, "se c'è qualcosa che l'Emilia-Romagna potrebbe imparare dalla Catalogna è proprio la creatività e lo spirito di iniziativa senza limiti della gente della nostra regione. Siamo un popolo mediterraneo, con tutto l'entusiasmo e l'immaginazione che questo comporta" ■



L'ANALISI

Il distretto industriale nella letteratura economica Da Marshall alla globalizzazione

Per distretto industriale si intende un agglomerato di imprese, in genere di piccola e media dimensione, localizzate in un'area geografica circoscritta e storicamente determinata, specializzate in una o più fasi del processo produttivo e integrate mediante una rete complessa di interrelazioni di carattere economico e sociale. A introdurre per la prima volta il concetto di "industrial district" è stato Alfred Marshall nella seconda metà dell'Ottocento. Nel corso degli anni, la definizione di distretto industriale o cluster è stata via via arricchita e, negli ultimi tempi, di fronte alla globalizzazione dei sistemi produttivi, il concetto è anche stato messo in discussione.

Ciononostante, sono ancora molti gli esperti - tra i quali il professor Antoni Subirà, della Iese Business School di Barcellona - a concepire tuttora i distretti industriali come entità indipendenti e indispensabili delle nostre economie, e a rifiutare pertanto le posizioni di quei teorici dell'economia che ritengono ormai superato il concetto di distretto a favore di un modello dominato da una più vasta e articolata filiera produttiva, che sia meno legata, per definizione, a una specifica area geografica. "Possono esserci diversi modi di definire un distretto industriale - puntualizza in questo senso Subirà - c'è chi si focalizza maggiormente sull'importanza della concentrazione geografica delle imprese su una stessa area; chi insiste sul loro livello di specializzazione, chi su altri aspetti ancora.

Ma non si può assolutamente affermare che i cluster siano superati. Anzi: il modello è quanto mai attuale e non si può discutere di industria manifatturiera prescindendo da essi".

In Italia il riconoscimento giuridico dello status di "distretto industriale" è stato sancito dalla legge n. 317 del 1991 ("Interventi per l'innovazione e lo sviluppo delle piccole imprese"). In base a questo quadro normativo, spetta alle Regioni e alle Province autonome il compito di individuare in concreto i distretti industriali locali.

In Emilia-Romagna, in base ai dati del portale dei distretti italiani, realizzato in collaborazione con Unioncamere, i principali distretti sono: ceramico (Sassuolo); calzaturiero (San Mauro in Pascoli); turistico (Rimini); agroalimentare (Parma-Langhirano); biomedicale (Mirandola); calzaturiero (Fusignano e Bagnacavallo); del mobile (Forlì); ceramica (Faenza); agricolo-meccanico (Cento); tessile (Carpì); motoristico (Bologna). ■



di Natascia Ronchetti

Con la crisi, la flessione era inevitabile, ma nel complesso il sistema ha tenuto

Un 2008 "in difesa" Ma si guarda avanti

Un'estate difficile, ma la riviera dell'Emilia-Romagna ha retto, tenendosi al riparo da una emorragia di arrivi e presenze turistiche che nel Paese ha colpito soprattutto le regioni del Sud. La crisi economica, con la riduzione dei periodi di vacanza si è fatta sentire tra maggio e settembre nelle località costiere con una leggera flessione degli arrivi e delle presenze, che però si è fermata rispettivamente a meno 0,6 e meno 1,7%. Una contrazione leggera che non modifica i grandi numeri di un sistema turistico capace di produrre da solo un giro

Pesa sul comparto il calo degli italiani. Presenze in crescita per Russia, Benelux, Francia e Polonia

d'affari diretto di 12,5 miliardi, di cui oltre il 90% generato da costa e città d'arte, e che già pensa al prossimo anno, puntando sull'innovazione e su grandi progetti di promo-commercializzazione. I dati arrivano come sempre dall'Osservatorio turistico regionale gestito da Trademark Italia attraverso una proiezione elaborata sulla base di interviste a un panel di 900 operatori. La riviera in quattro mesi ha totalizzato oltre 40,3 milioni di presenze e più di 4,7 milioni di arrivi. Ad andare peggio è stato il mercato italiano, con una flessione delle presenze dell'1,9% rispetto allo stesso periodo del 2007; segnali migliori sono invece arrivati dall'estero: la diminuzione delle presenze straniere si è infatti fermata allo 0,7%. Merito, come spiega Sandro Lepri, responsabile di Trademark Italia, "di un rafforzamento sulla Russia, in continua crescita, sul Benelux, sulla Polonia e sulla Francia, che ha consentito di controbilanciare e in parte neutralizzare la riduzione dei turisti



tedeschi". Una costante già da alcuni anni, la difficoltà sul mercato della Germania. "Un mercato dove non c'è ricambio generazionale - spiega ancora Lepri - e dove la riviera emiliano-romagnola sta perdendo progressivamente quote di vacanzieri affezionati senza conquistarne nuove, nonostante i voli low cost che collegano le principali città della Germania con i nostri scali aeroportuali".

Tutta colpa di una crisi economica che sta mettendo a nudo l'esigenza di una riqualificazione complessiva del sistema ricettivo della costa. "La riviera deve attrezzarsi per rendere maggiormente competitiva la propria offerta e poter concorrere con altri Paesi del Mediterraneo come la Tunisia o l'Egitto, dove le strutture ricettive sono più recenti", prosegue Lepri. "La partita sul prezzo l'abbiamo già persa, perché in questi mercati concorrenti la manodopera costa molto meno che in Italia. Ciò che bisogna fare ora è cercare di non perdere la par-

tita sulla qualità, con un grosso sforzo che deve andare in direzione di una riqualificazione del sistema ricettivo".

Una valutazione condivisa dal presidente regionale di Asshotel-Confercenti Claudio Della Pasqua. "Le perdite - dice Della Pasqua - siamo riusciti a contenerle grazie alle operazioni promozionali. Ora occorre una riflessione a tutto campo. Bisogna mettere sul tappeto tutti i temi che riguardano la riqualificazione del prodotto e del territorio. La legge regionale 40 non può essere rifinanziata periodicamente e abbiamo bisogno di un forte intervento sulla qualità dell'ambiente, che potrebbe essere una certificazione ambientale di sistema. L'Italia era al primo posto come meta turistica nel mondo, oggi siamo scivolati al quinto, ci ha sorpassati anche l'Inghilterra. Un turismo ecosostenibile non sarà forse sufficiente a rilanciare le nostre destinazioni ma è un fattore irrinunciabile". È da Rimini, che ha mantenuto le

proprie posizioni, che arriva forte la richiesta di un energico impegno sull'innovazione. "Tutti gli indicatori ci dicono che il 2009 sarà un anno ancora più difficile – spiega l'assessore provinciale al Turismo Marcella Bondoni – e il tema dell'innovazione si pone con forza. Sul mercato russo siamo leader, su



quello tedesco dobbiamo lavorare di più come sistema costiero. Abbiamo tre parole d'ordine per affrontare il prossimo anno: strategia, metodo e creatività.

Dobbiamo aggredire nuovi mercati in collaborazione con i privati. Per continuare a destagionalizzare noi punteremo sulla Polonia, sul collegamento aereo Rimini-Londra, attivo tutto l'anno, che ci consentirà anche di operare per rafforzare il turismo d'affari e congressuale".

Per riconquistare il mercato tedesco l'Apt (Agenzia regionale di promozione turistica) punta su un testimonial d'eccezione come il campione di calcio Luca Toni. La collaborazione triennale con Toni porterà, nel 2009, alla presenza del big sportivo a fiere turistiche internazionali cui si affiancheranno iniziative di co-marketing con diverse aziende: dall'italiana Segafredo alla tedesca Titan (che produce valigeria di qualità). Azioni promozionali mirate saranno poi svolte nelle località dove partono i collegamenti aerei verso la riviera (tra cui Colonia, Monaco, Stoccar-

da) e saranno mantenuti e consolidati rapporti di collaborazione con tour e bus operator.

L'Unione di prodotto costa ha invece deciso di aumentare i propri investimenti nella promo-commercializzazione, portandoli a quasi 4 milioni di euro. "Abbiamo in programma tre progetti – dice il presidente dell'Unione Andrea Corsini – punteremo sui grandi eventi già collaudati, come la Notte Rosa e Riviera Beach Games, e su un terzo evento alla fine della stagione, tra settembre e ottobre, legato all'enogastronomia. In Germania, che resta il nostro principale bacino estero di riferimento, faremo leva sul progetto Pentecoste, insieme all'Apt, proponendo pacchetti soggiorno che riguardano villaggi turistici, alberghi e campeggi. Sul mercato italiano lavoreremo su proposte di vacanza che abbracciano i giorni della settimana che vanno dal lunedì al venerdì, con la motivazione che si può ottenere un miglior rapporto qualità-prezzo. È un'esigenza dettata dalle necessità di riempire le strutture anche al di fuori dei fine settimana" ■

L'INTERVISTA

Parla l'assessore Pasi, che promette il rifinanziamento della legge 40 "Attrezzarsi per riqualificare l'offerta"

“Un risultato, nonostante tutto, soddisfacente. Ma ora bisogna lavorare per affrontare il 2009, che sarà un anno particolarmente difficile”. Così l'assessore regionale al Turismo Guido Pasi commenta il bilancio della stagione turistica estiva sulla costa.

Assessore, come valuta l'andamento della stagione?

“Il risultato dell'estate 2008 si può dire parzialmente soddisfacente, data la condizione di crisi economica generale nella quale ci siamo trovati a operare: sapevamo che sarebbe stato un anno difficile. Ma prevediamo un ulteriore peggioramento della crisi nel 2009. Per questo ci stiamo preparando con particolare impegno per affrontare il prossimo anno”.

Gli addetti al settore sollevano il tema della riqualificazione dell'offerta.

“È un tema al quale lavoriamo da anni, non solo per quanto riguarda l'offerta del sistema ricettivo. Pensiamo al territorio nel suo complesso, cosa che chiama in causa anche interventi in materia urbanistica. Ma per sostenere gli imprenditori che si impegnano per la riqualificazione del prodotto mancano provvedimenti nazionali. Servono sgravi fiscali e strumenti finanziari per favorire le aziende che stanno procedendo su questa strada. Anche per questo, a mag-

gior ragione, per quanto ci riguarda rifinanzieremo la legge regionale 40 sulla riqualificazione delle strutture ricettive (legge alla quale nel 2008 sono stati destinati 4 milioni di euro, ndr). È un impegno che assumiamo per andare incontro alle esigenze degli imprenditori che si stanno anche confrontando con i primi effetti della stretta creditizia determinata dalla crisi dei mercati finanziari”.

Che valutazione dà dell'operato del sottosegretario con delega al Turismo Michela Brambilla?

“Fino ad ora non abbiamo visto alcun tipo di azione, se si eccettuano la nuova classificazione alberghiera, l'annuncio di un provvedimento sui canoni demaniali e la riduzione dei fondi destinati all'Enit. Il Governo ha la piena consapevolezza dello stato di crisi in cui versa il turismo del nostro Paese, ma non stiamo assistendo ad alcun operato adeguato a fronteggiarlo. Manca anche l'auspicato abbattimento dell'aliquota Iva sui servizi turistici, che ci consentirebbe di competere con maggiore forza con gli altri Paesi” ■



La liberalizzazione è in fase avanzata, e in regione si moltiplicano i fornitori

Elettricità, il trend lungo la via Emilia

La svolta è avvenuta a ottobre, quando il crollo del prezzo del petrolio ha radicalmente modificato il mercato dell'energia elettrica. Il costo per megawattora pagato dalle imprese è cominciato a diminuire, trend che dovrebbe essere confermato nel 2009, un fatto positivo per le piccole e medie imprese dell'Emilia-Romagna. Rimangono alcuni fattori critici, come l'alta volatilità e una base di partenza del prezzo molto alta, che difficilmente sarà recuperata interamente nei prossimi mesi. "A luglio la situazione era molto preoccupante per le imprese, l'energia elettrica costava intorno ai

100 euro per megawattora – spiega Davide Tabarelli, presidente di Nomi-sma Energia – a ottobre il prezzo è crollato a 80 €/MWh grazie al forte calo del petrolio. Questo è positivo per l'industria, molti stanno tirando



un sospiro di sollievo. Se prima sul mercato non si trovava elettricità e i produttori avevano poco interesse a vendere, ora sta diventando un mercato del compratore". La situazione in Emilia-Romagna riflette fedelmente quanto accade sul mercato elettrico

nazionale. "Durante l'estate il prezzo dell'energia ha superato i 100 €/MWh, con punte sino a 130 in settembre – dice Savino Gazza, presidente della Commissione energia e sviluppo sostenibile di Confindustria Emilia-Romagna. "Dobbiamo distin-

Difficili le previsioni sul medio periodo, ma è ipotizzabile un contenimento dei costi per MWh

IL CASO

Grazie a Intercent-ER, risparmi stimati per 2,5 milioni L'asta telematica conviene alla Pa

Il meccanismo somiglia a quello delle aste su eBay, ma i soggetti coinvolti e la merce scambiata sono inusuali. All'inizio di settembre Intercent-ER, la centrale di acquisto per le pubbliche amministrazioni della regione, ha organizzato un acquisto all'asta di energia elettrica su base telematica. Il risultato è stato un prezzo molto competitivo e un risparmio annuo per le casse pubbliche stimato in 2,5 milioni di euro. "Abbiamo proceduto alla pubblicazione del bando – spiega il direttore dell'agenzia, Anna Fiorenza – al quale i fornitori interessati hanno risposto proponendo in busta chiusa il loro prezzo. Nel giorno fissato è cominciata l'asta telematica, con l'invio delle offerte migliorative sul sito internet. I rilanci sono andati avanti finché non ci sono state più offerte". Il risultato è stato

molto interessante, secondo il direttore di Intercent-ER, con un prezzo finale inferiore del 7% circa alla base d'asta. Sono stati assegnati due lotti. Hera ha vinto la gara per la fornitura alle aziende sanitarie della regione, a parte quella di Modena, per un prezzo di 76,29 euro per MWh e un valore totale di 16 milioni di euro. Edison si è invece aggiudicata la fornitura per le altre Pa del territorio regionale con un'offerta di 74,83 euro per MWh e un valore complessivo di 23 milioni di euro. L'agenzia sta ora valutando come estendere lo strumento telematico all'acquisto di altre merci. "Dobbiamo prima studiare il tipo di mercato e le opportunità che offre – spiega Fiorenza – nel caso dell'energia elettrica era possibile effettuare un'asta telematica poiché già esisteva un mercato adatto" ■

guere – osserva – a seconda del tipo di contratto che le aziende hanno stipulato con il fornitore, se a prezzo fisso o indicizzato, indice legato generalmente a un paniere di combustibili collegati al prezzo del petrolio. Per i contratti a prezzo fisso, il prezzo non ha subito punte sino a 130 euro, ma si è mantenuto mediamente sui 108 euro e resterà tale sino a fine anno. Per i contratti indicizzati, legati per esempio all'Itec, il prezzo è rimasto sui 108 euro dall'inizio dell'anno sino a giugno, per poi "schizzare" nel trimestre luglio-settembre, in coincidenza dei massimi del petrolio. Per questi contratti il prezzo tenderà da novembre a scendere per riportarsi ai livelli del primo trimestre 2008".

Che il mercato si stia aprendo lo conferma Enrico Buoncuore, segretario del consorzio Renergy, uno dei maggiori gruppi d'acquisto in provincia di Reggio Emilia, con un volume di circa 400 milioni di KWh e 280 aziende socie. "Il nostro contratto viene mensilmente aggiornato sull'indice Itec, che comprende vari tipi di combustibile fossile. In settembre abbiamo registrato il picco, ma ci aspettiamo un ribasso con due o tre mesi di ritardo rispetto all'andamento del petrolio. È molto difficile prevedere di quanto potrebbe diminuire il prezzo, all'inizio del 2009 forse del 7-8%, o anche di più. I mercati sono molto volatili e lo scarto tra la stima peggiore e migliore varia anche del 50%, rendendo quasi impossibili le previsioni".

Non si sbilancia sulle cifre Riccardo Bertolini, presidente del Consorzio Sviluppo Energia 2 di Modena, amministratore unico di Arbe Industrie Grafiche e vicepresidente di Confindustria Emilia-Romagna. "Il prezzo nei primi mesi del 2009 calerà – osserva Bertolini – ma l'aumento così forte del 2008 non sarà assorbito subito. Il Brent è in ribasso, ma già l'Opec sta tagliando la produzione. È difficile fare previsioni".

Secondo Gazza, potrebbe verificarsi "una diminuzione decisa da gennaio 2009, a patto che la riduzione del costo dell'energia pura non venga ridotta o vanificata dal costo degli oneri di sistema, come quelli per il dispacciamento". È anche opinione di alcuni operatori che la recessione,

LE CIFRE

Consumo e vendita di energia elettrica in Emilia-Romagna (dati 2007)

| | GWh |
|-------------------------------|------------------|
| Consumo Industria | 13.878,7 (50,9%) |
| Consumo totale | 27.238,8 |
| Deficit produttivo | 3.795,5 (12,9%) |
| Vendita sul mercato libero | 16.207,2 |
| Vendita sul mercato vincolato | 9.757,8 |
| Autoconsumo | 1.765,0 |

Fonte: Tema, 2008

che in questi giorni rappresenta più di un'ipotesi, potrebbe far calare ulteriormente il prezzo dell'energia, così come la maggiore disponibilità di elettricità sul mercato, grazie a un aumento di produzione in Italia.

In questo panorama così incerto e mutevole, come possono difendersi le aziende? "Le imprese, che hanno budget di due o tre anni, non sono abituate a questa variabilità di prezzo, che diventa un problema", dice Tabarelli. Per Buoncuore, la prima mossa da fare è puntare sul risparmio energetico. In seconda battuta le imprese possono chiedere un contratto a prezzo fisso, anche se questo è tendenzialmente più alto di quello variabile, anche del 10-15%, dal momento che il produttore si accolla maggiori rischi.

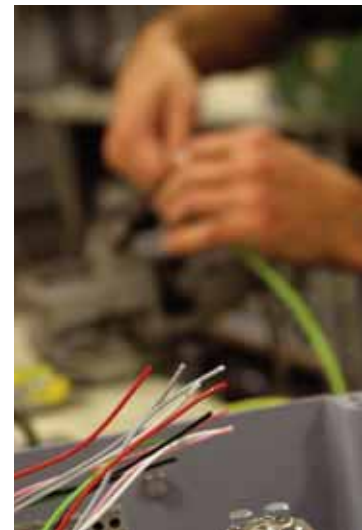
"Il mercato dell'energia elettrica è ormai pienamente concorrenziale", dice Bertolini. "Se fino ad alcuni anni fa il regime di monopolio creava condizioni rigide e stabili, adesso il prezzo è più variabile, e gli aumenti del petrolio vengono amplificati da elementi speculativi. Un mercato liberalizzato – precisa – offre però anche vantaggi alle imprese, che possono contare su una pluralità di contratti offerti a condizioni diverse. Per esempio, alcuni operatori offrono prezzi migliori nelle fasce notturne. Per questo il nostro consorzio cerca il fornitore che ha l'offerta più conveniente per le nostre esigenze. Altri strumenti a disposizione delle aziende sono i contratti a prezzo fisso, e le opzioni a pagamento, una sorta di 'premio assicurativo', che permettono la copertura finanziaria dei rischi di oscillazione dei prezzi".

A lungo termine il prezzo per l'energia pagato dalle imprese dipende fortemente dagli investimenti produttivi. Attualmente l'Emilia-Romagna consuma più di quanto produce. Questo

deficit, circa il 12%, non si riflette sul prezzo, che è sostanzialmente nazionale. Esistono dei valori zonali fissati dalla Borsa dell'energia, il Mercato Elettrico, per il Nord, il Centro Nord, il Centro Sud, la Sardegna e la Sicilia, ma si tratta di prezzi "spot", per acquisti giornalieri e non annuali, come quelli industriali. "Il problema dei costi dell'energia – dice Gazza – è un problema italiano, legato al costo dei combustibili e all'efficienza delle nostre centrali. Quindi centrali nucleari, centrali cogenerative, a carbone pulito o ciclo combinato sarebbero la chiave di costi energetici competitivi con i nostri partner europei".

Per Tabarelli il nodo fondamentale è quello degli investimenti: "A livello nazionale ci si è concentrati sulle liberalizzazioni, che hanno contenuto in minima parte l'aumento dei prezzi dovuto alla crescita del petrolio.

Occorre invece diversificare le fonti energetiche e fare più investimenti produttivi. A livello regionale si è puntato sulle operazioni finanziarie che hanno portato alla costituzione di società come Hera ed Enia, che sono storicamente dei rivenditori, con più reti di distribuzione che centrali di produzione, e quindi poca possibilità di incidere sui prezzi. Ma queste società non devono dimenticarsi di vendere l'elettricità: occorrono meno operazioni finanziarie e più investimenti. L'alto prezzo dell'energia elettrica è un problema per le piccole e medie imprese che caratterizzano il tessuto produttivo dell'Emilia-Romagna" ■



Un mercato europeo per l'energia sostenibile*

Molte aziende innovative e ad alto contenuto tecnologico potranno trovare opportunità di crescita in questo settore



Presidente
Unioncamere Emilia-Romagna

di Andrea Zanlari

Il Pacchetto "20-20-20" e, più in generale, l'insieme degli interventi messi in campo dall'Unione europea nel settore energetico dal 2006, ruotano attorno ad alcuni pilastri: la realizzazione di un mercato interno dell'energia; l'accelerazione del passaggio a un'economia a basse emissioni di carbonio; l'efficienza energetica; un ruolo-chiave dell'Unione Europea nella politica energetica internazionale.

C'è da chiedersi se questa linea resti valida in una fase di crisi economica-finanziaria globale come l'attuale. Con alcuni indispensabili correttivi, crediamo che la risposta debba essere positiva.

La relazione che passa tra i mutamenti climatici e le attività umane ad alta emissione di gas serra è generalmente riconosciuta dalla comunità scientifica internazionale. Dunque è necessario invertire la tendenza, o cercare di farlo: l'Europa si è attribuita un ruolo di leadership in questo percorso, con

l'idea di coinvolgere un numero crescente di Paesi nell'impegno per la riduzione delle emissioni nella fase post-Kyoto. Il settore energetico costituisce il focus di questa strategia.

Ogni misura di efficienza energetica va a vantaggio della competitività delle imprese: la riduzione degli sprechi e l'impiego di tecnologie innovative intese come fonti rinnovabili generalmente comportano una diminuzione dei costi di operatività. Il Commissario europeo per l'Energia, Andris Piebalgs, ha dichiarato che il giro di affari legato alle energie rinnovabili in Europa si aggira attorno ai 20 miliardi di euro, avendo contribuito alla creazione di 300mila posti di lavoro. Dunque dovremmo

cominciare a guardare all'uso delle energie rinnovabili come a un'opportunità, soprattutto per le Pmi: molte aziende potranno infatti trovare possibilità di crescita, come attori, in questo settore e in quello dei servizi legati alla promozione dell'efficienza energetica. Vantaggi più generali sono poi da considerare, dando spazio all'innovazione per l'impiego di fonti rinnovabili, rispetto all'accesso ai sistemi di incentivazione e all'abbattimento dei costi dell'energia.

Il sistema delle Camere di commercio è da tempo impegnato nella promozione di strategie di impresa a favore della salvaguardia ambientale e, più in generale, della sostenibilità. Molto è stato fatto in termini di sostegno all'innovazione, nella diffusione dei sistemi di gestione ambientale in base allo schema Emas e alle norme Iso 14001 e, più in generale, di servizi informativi alle imprese. I numeri delle registrazioni Emas in Italia resi noti da Apat al 30 giugno 2008 testimoniano l'impegno delle nostre imprese e delle istituzioni che le rappresentano: la Regione Emilia-Romagna è in testa con 174 registrazioni Emas su un totale nazionale di 861.

Le Camere di commercio sono dotate da tempo di sportelli Ambiente dedicati all'erogazione dei servizi informativi, e si è rivelata fruttuosa la collaborazione dei livelli regionali con la Regione nello sviluppo di politiche ambientali responsabili.

Per supportare ulteriormente le imprese, possiamo accentuare il nostro impegno nel sensibilizzare e informare i vari attori coinvolti nel processo in atto. Le Camere di commercio possono rappresentare infatti il luogo ideale del dialogo tra istituzioni, imprese e cittadini consumatori, per la messa a punto di indicazioni condivise su come utilizzare meno energia, sui consumi reali e sulle tecnologie disponibili e anche nel garantire una reale trasparenza sui prezzi. In pratica, la rete camerale potrebbe rappresentare la fonte di decisioni consapevoli sul consumo di energia da parte delle imprese dei vari settori e dimensioni e potrebbe promuovere studi e analisi mirati a definire l'impatto reale delle misure europee sui territori di riferimento ■

Un tema prioritario,
anche in tempi
di crisi economica,
perché significa
più competitività

(*) Estratto dall'intervento tenuto in occasione del convegno "Le nuove politiche europee per l'energia: sfide e opportunità per i territori", promosso da Unioncamere Lombardia e Unioncamere Emilia-Romagna

A fronte di un aumento contenuto delle tonnellate prodotte, si recupera di più e meglio

Crescono i rifiuti, ma anche l'eccellenza gestionale

di Natascia Ronchetti

Nel 2006 la produzione di rifiuti speciali pericolosi in Emilia Romagna è stata pari a oltre 755mila tonnellate, con un incremento del 3% rispetto al 2005. Un risultato che è stato determinato soprattutto dalle imprese che si occupano del trattamento dei rifiuti e della depurazione delle acque di scarico, seguite dall'industria chimica, con circa 93mila tonnellate, di cui circa il 45% prodotte nel Bolognese, il 26% nella provincia di Ravenna. Il quantitativo dei rifiuti speciali complessivi (compresi quelli non pericolosi) che sono stati recuperati è però nettamente cresciuto. È salito a quasi 9 milioni di tonnellate, con un aumento dell'11% rispetto all'anno precedente, trainato in larga parte dalle province di Ravenna (più 57%), Bologna (più 14%) e Reggio Emilia (più 12%). A fare il punto della situazione è il Rapporto 2008 sulla gestione dei rifiuti in Emilia-Romagna, redatto dalla Regione e da Arpa e presentato a Ecomondo, la fiera internazionale dedicata al recupero di materia ed energia e allo sviluppo sostenibile che si è svolta a Rimini dal 5 all'8 novembre. Il rapporto rileva una lieve diminuzione dei rifiuti speciali avviati allo smaltimento (meno 1,3%, pari a oltre 3,9 milioni di tonnellate) ma conferma la virtuosità della regione, che centra di fatto gli obiettivi di legge con una raccolta differenziata in crescita che nel 2007 è arrivata a toccare una quota del 39,8% - la normativa nazionale fissa il 40% - a fronte di un rallentamento della produzione di rifiuti. "I dati del 2007 ci dicono che siamo sulla strada giusta, anche se il cammino è ancora lungo", osserva l'assessore regionale all'Ambiente Lino Zanichelli. "Il Piano regionale di azione ambientale 2008-2010 - spiega - metterà risorse aggiuntive per estendere i sistemi di raccolta

differenziata e renderli più accessibili ai cittadini. Finanzia progetti innovativi capaci di portare il recupero e il riciclaggio dei rifiuti a quella dimensione industriale che ancora manca. Il mercato va orientato alla prevenzione per ridurre i rifiuti a partire dai prodotti. In questo senso sono strategici sia gli incentivi economici che le collaborazioni con le imprese, la grande distribuzione e le associazioni dei consumatori". Ma vediamo il rapporto nei dettagli. Nel 2007 in Emilia-Romagna sono stati prodotti circa 2,9 milioni di tonnellate di rifiuti urbani, con una produzione media pro-capite di 676 kg e un aumento rispetto al 2006 inferiore a quello registrato mediamente nel periodo 2000-2007: 1,3% contro 1,8%. Cresce invece la raccolta differenziata che nel 2007 ha interessato 1 milione 167 mila tonnellate di rifiuti con un aumento del 3,5% rispetto all'anno precedente. Negli ultimi sette anni la crescita media era stata dell'1,9 per cento. Considerando le diverse frazioni merceologiche raccolte separatamente, al primo posto vi sono carta e cartone, seguiti da verde, legno e vetro. Una quota crescente di rifiuti è rappresentata dagli imballaggi. Per questo la Regione ha

stipulato un protocollo con il Conai (Consorzio nazionale per il recupero degli imballaggi) per incrementare i livelli di raccolta differenziata e il recupero. Dal primo gennaio 2008 è obbligatoria inoltre la raccolta differenziata di elettrodomestici e altri prodotti elettrici (come i computer) che, se abbandonati, possono produrre inquinamento. In Emilia-Romagna nel corso del 2007 ne sono stati raccolti 3 kg pro-capite a fronte di un obiettivo per la fine del 2008 di 4 kg. Nel 2007 è calata infine del 4% la raccolta indifferenziata, che ha superato di poco 1 milione e 762 mila tonnellate (pro-capite, 407 kg). Di questi rifiuti circa il 56% va in discarica, il 32% arriva a un impianto di incenerimento, il 9% a uno di bio-stabilizzazione, mentre il restante 3% è destinato a combustibile o a recupero di materia. La mappatura degli impianti presenti in regione conferma che l'Emilia-Romagna soddisfa ampiamente il proprio fabbisogno di smaltimento, con 28 discariche, 8 inceneritori, 12 impianti di selezione meccanica ■

La "differenziata" sfiora nel 2007 quota 40% Ma la strada è ancora lunga



di Giuseppe Sangiorgi

La parola a Bruno Filetti, da nove mesi alla guida dell'ente di piazza della Mercanzia

Camera di Bologna Il tempo delle scelte

Sono passati nove mesi da quando Bruno Filetti è stato chiamato a guidare la Camera di commercio di Bologna, punto centrale della vita economica della città e del territorio. Un impegno che per l'ex presidente di Ascom Bologna è stato subito forte. Subito, questioni legate alla crescita della città e delle infrastrutture, quindi la crisi economica internazionale che ha portato la Camera di Bologna a mettere in campo, esplicitati nel bilancio preventivo 2009, una serie di interventi economici importanti per 9,2 milioni di euro.

Presidente Filetti, sono primi mesi di mandato molto intensi.

"In questa fase, sono state prese decisioni importanti. Per l'aeroporto, la scelta è stata di portare un grande vettore low cost a Bologna per fare in modo di aumentare una percentuale, ferma al 12%, molto ridotta rispetto alle potenzialità. Si è dato seguito a una richiesta del mercato ed alla necessità di un riequilibrio. Da sette i collegamenti di Ryanair saliranno a 11 e verso destinazioni come Spagna, Germania, Francia, ma anche i Paesi dell'Est Europeo e il bacino del Mediterraneo che costituiscono una frontiera per lo sviluppo di un'economia come quella bolognese che è molto vocata all'export di qualità e il cui 40% del valore aggiunto viene dalle esportazioni".

In questa strategia, un ruolo centrale occupa la fiera.

"La Fiera è un motore fondamentale per lo sviluppo. Aver contribuito a ridisegnarne la governance, con un nuovo consiglio di amministrazione e la contemporanea riduzione del numero di consiglieri, è

segno di assunzione di responsabilità per la Camera di fronte alle sfide difficili che attendono il nostro sistema economico".

Piazza Mercanzia ha affrontato in prima persona la situazione nel bilancio preventivo 2009 dove sale a 9,2 milioni dai 6,43 del 2008 l'ammontare degli interventi economici.

"Tutto il sistema camerale regionale è in prima linea nell'adottare misure specifiche per sostenere il credito alle imprese in questa situazione veramente difficile. Per far fronte alla crisi che si profila, nel 2009 la Camera di Commercio di Bologna destinerà al sostegno del sistema economico bolognese il raddoppio dei contributi per l'accesso ordinario al credito che passano da 800mila euro a 1,6 milioni, cosa che permetterà un abbattimento degli interessi, e un fondo straordinario di garanzia per accedere ai finanziamenti degli istituti di credito. Sono risorse che mettiamo in campo per vincere ogni "reticenza" del sistema

bancario nel fare gli affidamenti e per accelerare il momento della delibera rispetto a quello della richiesta di una azienda. Più che mai in questo momento consistenza delle risorse e tempestività delle decisioni sono aspetti importanti.

Il bilancio del 2009 prevede anche lo stanziamento di 3,353 milioni per la ristrutturazione del Palazzo degli Affari.

"Era un progetto previsto da tempo: ora sono arrivate le autorizzazioni del Comune, la gara è stata espletata, e i lavori partiranno a gennaio. Per far fronte alla spesa non verranno accesi mutui".

La Camera di Bologna sta investendo risorse e tempo nello sviluppo dei servizi congressuali.

"È un settore potenzialmente di grande sviluppo per i riflessi ancora maggiori che può avere per l'indotto. Bologna può autorevolmente candidarsi a un ruolo di rilievo ancora più importante anche se la concorrenza è fortissima. Nella

Aeroporto, fiera, infrastrutture. E più risorse per sostenere l'imprenditoria





Bruno Filetti

classifica delle "top five" delle principali destinazioni congressuali introdotta dall'Osservatorio congressuale italiano, per numero di incontri ospitati, Bologna è subito dietro città come Roma e Milano. Segue le stesse città e Napoli per la percentuale di congressisti ed è davanti a Firenze. Si è fatto quindi un buon lavoro grazie a Bologna Congressi, per questa posizione e si può pensare di fare ancora meglio".

Bologna può dunque essere sempre più città turistica?

"Bologna ha tutte le credenziali per essere una destinazione gradita e ricercata. Il problema è che non è

ancora conosciuta a sufficienza. La riprova è data dal fatto che chi viene la prima volta poi ritorna perché ha una sorpresa positiva. Sicuramente come città d'arte può avere un'attrattiva ancora maggiore rispetto a oggi e si può riequilibrare l'indotto turistico tra affari e cultura. La Camera cercherà di agire come mediatore e soggetto neutro, senza derive politiche, per favorire questo sviluppo".

Fondamentali sono le infrastrutture per favorire la mobilità.

"Una provincia dove il maggior settore industriale, quello metalmeccanico, esporta tre beni su quattro, non può correre il rischio di avere il suo tallone d'Achille proprio nei collegamenti. Bologna ha sul piatto una grande mole di investimenti infrastrutturali. La nuova stazione, i collegamenti ad alta velocità che sta partendo, la metropolitana, il Passante Nord".

Progetti cui si affiancano il piano di sviluppo dell'aeroporto, i numeri della fiera, e dell'interporto (180 treni alla settimana).

"Di fronte a un sistema imprenditoriale che in questi anni sta cambiando profondamente e con impegno, le istituzioni devono rispondere con coesione e uguale impegno per mettere a disposizione ciò di cui non si può fare a meno. Cioè servizi e collegamenti efficienti. L'obiettivo è di superare in tempi rapidi le criticità per lo sviluppo della mobilità interna e sul territorio. Questa è la sfida, ed è una sfida per tutti".

Bologna è una città attraente economicamente: l'86% degli investimenti diretti da parte di società estere effettuati in Emilia-Romagna si concentra qui.

"Dobbiamo mantenere la posizione che abbiamo raggiunto grazie a un sistema di imprenditoria diffusa, basato sul capitalismo familiare, ma anche straordinariamente forte e innovativo. La via dello sviluppo del tessuto economico passa sicuramente dalle forme di aggregazione di imprese, reti, filiere che si stanno dimostrando la dimensione giusta per affrontare il mercato globale" ■



IL CASO

Un luogo di mediazione e di confronto costruttivo **La Borsa Merci più grande d'Italia**

È leader in Italia. È la Borsa Merci della Camera di commercio di Bologna che, in tempi di mercato sempre più telematico, riafferma il valore e l'importanza di un luogo reale di incontro settimanale degli operatori in una cornice di regole e di servizi per il mercato. La funzione di luogo di incontro della Borsa Merci di Bologna è nei numeri. Alle riunioni partecipano con regolarità alcune centinaia di operatori provenienti da tutto il territorio nazionale. In Borsa sono presenti tutte le componenti della filiera cerealicola: dalla produzione allo stoccaggio, al commercio e all'industria di trasformazione (molitoria, pastaria, olearia e zootecnica). Numerosi sono poi i mediatori specializzati nei diversi prodotti di filiera. La Borsa Merci della Camera di Bologna è stata la prima ad aver introdotto la Camera Arbitrale per la risoluzione delle controversie, secondo una cultura della conciliazione e della giustizia alternativa, delle contro-

versie, che l'ente di piazza della Mercanzia sta portando avanti in ambiti anche meno circoscritti.

"L'incontro fra le molteplici professioni e le diverse posizioni di interesse – dice il presidente della Camera di commercio Bruno Filetti – si traduce in occasione di scambio non tanto e non soltanto di merci ma ancor più di pareri, sensazioni, indiscrezioni di mercato. La Borsa assume funzioni di 'antenna' da cui captare input sull'andamento del mercato, inteso come insieme di merci in quantità e qualità e di aziende, attraverso cui contribuire a formare la propria visione e percezione della realtà mercantile di breve e medio periodo. La realtà dei mercati è infatti costituita non solo da dati tecnici oggettivi – aggiunge Filetti – ma anche da una parte di interpretazione soggettiva (fiducia, intuizione, rischio) in cui le sensazioni 'a pelle', che non viaggiano sul web, giocano un ruolo non secondario" ■

di Veronica Cipriano

Non tutte le aziende ci credono, ma sarebbero grandi i vantaggi di una logica di filiera

Meccatronica, un terreno in gran parte inesplorato

Un distretto a due velocità che fatica a raggiungere un pieno sviluppo tecnologico. È la fotografia della meccatronica reggiana scattata da uno studio diviso in due parti – “Repertorio delle imprese attive all'interno del distretto della meccatronica” e “Analisi degli scenari tecnologici della meccatronica reggiana” – realizzato da professori e ricercatori del dipartimento di scienze e metodi della facoltà di Ingegneria dell'università di Modena e Reggio Emilia.

Diversi, in regione, i player eccellenti, che però operano in modo autonomo e isolato dal “sistema”

L'analisi – realizzata con il contributo della Camera di commercio di Reggio Emilia – mette in luce una realtà composta da oltre duecento imprese (47 quelle prese a campione) che procedono su due binari diversi: da un lato imprese ancorate alla concezione tradizionale della meccanica che vedono la meccatronica – integrazione progettuale di meccanica, elettronica e informatica – come una frontiera



non necessariamente da raggiungere; dall'altro lato imprese che si muovono già sul terreno della meccatronica e che vogliono crescere ulteriormente nello sviluppo tecnologico e produttivo. Tutte le imprese intervistate – appartenenti a diversi comparti, dall'oleodinamica alle macchine agricole – sono d'accordo nel dire che l'elettronica sia un valido supporto alla meccanica e che, grazie anche al sup-

porto informatico, è diventata elemento strategico nella progettazione di nuovi prodotti. Mentre però alcune già pensano e si muovono in questi termini – e sono pronte a cogliere i vantaggi che derivano dall'appartenere a un distretto – altre avanzano con prudenza su questo terreno e lavorano a progetti potenzialmente meccatronici ma ancora in fase sperimentale.

IL CASO

L'esperienza eccellente del centro per l'innovazione Reinnova Un “collettore” tra domanda e offerta

Reggio Emilia Innovazione – Reinnova – è il centro per l'innovazione che si occupa di fare da collettore tra la domanda di innovazione delle imprese locali e l'offerta di ricerca disponibile negli atenei e laboratori del territorio e nazionali. Nato nel 2003, è il vettore che dovrebbe traghettare le imprese della meccanica reggiana verso uno sviluppo più tecnologico, anche se c'è ancora parecchia strada da fare. “Una delle criticità fondamentali è la scarsa conoscenza da parte delle imprese dei servizi che offriamo”, spiega Carlo Coluccio direttore di

Reinnova. “Molte aziende, soprattutto le più grandi, cercano fuori dal distretto la ricerca di cui hanno bisogno, senza sapere che la possono trovare dietro casa. Oppure ci sono aziende piccole che ancora faticano a dialogare con le università, a far capire le proprie esigenze”, spiega. Reinnova è il punto di incontro, ma perché sia efficace, dice Coluccio, serve “un ruolo forte delle associazioni di categoria, che devono svolgere una funzione di coordinamento con una precisa definizione dei ruoli, altrimenti si disperdono le risorse” ■



Partendo da questi due step diversi, le aziende vedono diversamente la propria appartenenza al distretto: le imprese il cui core business si basa sulla meccatronica giudicano ancora poco efficace lo scambio di know how e la collaborazione con le università e i centri di ricerca e quindi auspicano che si diffonda una logica distrettuale più forte; le altre, quelle dai contenuti meccatronici ancora incerti, sono meno coinvolte in una logica di distretto, sono diffidenti verso la condivisione di know how e preferiscono muoversi sul mercato come single player. Per questo gruppo la collaborazione di filiera è un'opportunità di crescita non tanto nel senso dello sviluppo tecnologico ma per la promozione della propria immagine all'esterno.

Analizzando le aziende meccatroniche eccellenti, quelle cioè più ricettive allo sviluppo tecnologico, emerge dall'indagine una difficoltà a rapportarsi con il mondo della ricerca locale: il principale stimolo all'innovazione proviene dalle richieste dei clienti mentre la collaborazione con università ed enti – ma anche con altre imprese – è marginale.

Bassa intensità di collaborazioni, conseguente limitazione al trasferimento tecnologico: sono questi i fattori che disegnano un distretto che appare più come un insieme di imprese autonome che non una rete di imprese connesse da collaborazioni e progetti comuni. "La mancanza, dichiarata dalle stesse imprese, di economie di scala e di collaborazioni intense fanno dunque ritenere che le potenzialità dell'appartenenza a un distretto non siano state pienamente sfruttate. Gli sforzi di policy territoriali dovrebbero conseguentemente essere indirizzati a colmare tali lacune", si legge nell'indagine.

Tra le altre criticità espresse dalle imprese, la mancanza di risorse umane qualificate – soprattutto ingegneri con ruolo tecnico – e la difficoltà a reperire le risorse finanziarie per la ricerca, spesso per la complessità delle procedure: ad esempio alcune imprese rinunciano alle opportunità europee di finanziamento per non dover istituire figure specifiche per la stesura dei documenti di partecipazione al bando ■

L'INTERVISTA

L'analisi di Aimone Storchi, presidente del "Club meccatronica"

"Chi ha rinunciato, è ora il più esposto alla crisi"

Per capire da dove nasce la doppia velocità di sviluppo del distretto meccatronico reggiano bisogna andare agli anni Sessanta, quando molte aziende della meccanica aprono i battenti sul territorio. Chi ha seguito lo sviluppo del settore passo dopo passo è certamente Aimone Storchi, presidente del Club Meccatronica: nato nel 2003 da un gruppo di imprenditori dell'associazione industriali di Reggio Emilia, il Club ha l'obiettivo di dare un supporto informativo alle aziende meccatroniche, favorendo lo scambio di conoscenze e best practice e la diffusione di pratiche innovative.

Presidente, cos'ha portato a questo doppio binario di innovazione?

"A partire dagli anni Sessanta, alcune aziende meccaniche più grandi, la minoranza, si sono evolute producendo non solo componenti singoli ma tutto ciò che sta dietro alla catena cinematica meccatronica: tutto quello che serve per la trasmissione di potenza di una macchina, dal riduttore al cambio. Hanno quindi cominciato a proporre questo pacchetto a grandi aziende estere, sbarcando su molti mercati. Quando negli anni Novanta c'è stato l'avvento dell'elettronica, queste aziende più sviluppate l'hanno colto, aggiungendo questo aspetto ai prodotti. Elettronica e informatica non sono invece state applicate da quelle aziende che prima avevano scelto di continuare a fare contoterzismo o di fare solo un particolare della catena cinematica. E sono quelle che oggi soffrono di più in questo momento di crisi".

Si spieghi meglio.

"Chi fa solo un componente risente di più della concorrenza internazionale e sono soprattutto aziende piccole che hanno anche difficoltà ad accedere al credito. Come Club Meccatronica ci stiamo muovendo anche su questo fronte, cercando di stringere accordi con le banche, e organizza-



mo visite aziendali per far vedere ai piccoli imprenditori come sono organizzate le grandi aziende meccatroniche. Queste tengono nonostante la crisi perché esportano un servizio indispensabile in tutto il mondo".

Qual è a suo avviso la soluzione per uscire da questo gap e affrontare al meglio la crisi internazionale?

"Le piccole aziende devono fare un'analisi del proprio posizionamento sul mercato: capire se con il proprio prodotto, una certa organizzazione e i costi da sostenere, si riesce ad essere competitivi. E prendere delle decisioni: con investimenti, migliorando il prodotto, riducendo i costi. È vero che è molto più facile per chi è strutturato, ma associazioni come la nostra esistono proprio per dare una mano".

Qual è la sua previsione sull'andamento del settore nei prossimi mesi, alla luce della crisi internazionale?

"La crisi si sta facendo sentire abbastanza, soprattutto nel campo delle macchine per l'edilizia. In particolare, sono calati i volumi prodotti e gli ordini perché c'è stato un calo di produzione repentino che ha portato a un surplus di materiale. Le cose andranno meglio verso febbraio, quando si sarà smaltito lo stock nei magazzini e ci sarà una ripresa degli ordini sulla meccatronica" ■

di Veronica Cipriano

Pesa la contrazione degli ordini nella moda, ma il segmento pelle resiste e si rafforza

Lineapelle, tra incertezza e voglia di innovazione

La crisi finanziaria si fa sentire anche sul comparto della pelle emiliano romagnola, che vede soprattutto nella calzatura il suo segmento di spicco. La prudenza e l'attesa hanno infatti caratterizzato l'ultima edizione di Lineapelle, la mostra internazionale di pelli, accessori, sintetici, modelli

per calzatura, pelletteria, abbigliamento e arredamento e che si è svolta a Bologna dal 28 al 30 ottobre scorsi. Presenti 1.200 espositori - 45 i Paesi rappresentati - con le ultime tendenze per l'inverno 2009-2010: tonalità accese, dal rosso al blu, che hanno dato un

po' di colore su un momento economico caratterizzato dai toni grigi. Anche in Emilia-Romagna, dove operano 982 imprese nel settore pelle concentrate soprattutto nei segmenti calzature e accessori (la regione è la sesta a livello nazionale preceduta da



Toscana, Marche, Campania, Lombardia e Veneto), la prudenza per i prossimi mesi è d'obbligo. "Nel 2008 c'è stato un rallentamento del sistema moda regionale che non ci aspettavamo", spiega Antonio Franceschini responsabile regionale e nazio-

nale di Cna Federmoda. "Sul finire del 2007 c'era stato un recupero di volumi d'affari, che invece nel primo semestre 2008 sono calati di circa il 6%, a causa di contrazioni sia degli ordini interni che esteri. Un calo che coinvolge sia le imprese che hanno un

Molti, in regione, i produttori eccellenti dell'"accessorio". Cuore del sistema, tra Bologna e Romagna

sotto, le sorelle Gandolfi e la loro borsa

LE CIFRE

La parola alle aziende meno note, che producono eccellenza
Qualità Made in Italy, anche senza il "marchio"

Accanto a nomi come A.Testoni e Piquadro, la pelletteria bolognese vive anche di altre aziende, meno note, che si dedicano a prodotti di qualità rigorosamente Made in Italy. Come "Roberta Gandolfi", la ditta fondata nel 1995 da due sorelle, Roberta e Silvia Gandolfi, che hanno ereditato l'attività dei genitori, nel settore pelletteria da 40 anni. Specializzata in borse, accessori e bigiotteria, l'azienda ha mantenuto al suo interno il cuore creativo mentre delega la produzione all'esterno ad artigiani bolognesi: la pelli provengono dalla Toscana e dal vicentino - zone con forte presenza di concerie - e si va dal vitello (normale, perlato, tamponato a mano,

verniciato) ai camosci fino ai pellami più prestigiosi come il pitone. "Al nostro interno - spiega Silvia Gandolfi - sviluppiamo i modelli, dal prototipo al prodotto finito. Ci ispiriamo alle tendenze adattandole al nostro gusto personale, all'immagine di donna che vogliamo rappresentare".

Certamente questo non è un momento facile e per rimanere sul mercato si punta "alla qualità e al Made in Italy", spiega, e la strategia è "non stare chiuse in azienda ad aspettare la fine della crisi, ma partecipare a fiere per allargare il mercato internazionale, dove il prodotto italiano viene apprezzato di più che nel nostro Paese" ■



marchio proprio sia i contoterzisti, con un calo complessivo degli investimenti del 17%", spiega. In questo quadro il settore della pelle è quello che risente meno della contrazione, tant'è che "parecchie imprese di moda si stanno spostando su questo segmento ed è soprattutto l'accessorio ad essere premiato", continua Franceschini.

L'Emilia-Romagna vanta produttori eccellenti nell'accessorio, come Furla, Piquadro e Collection Privé a Bologna, provincia dove si trova il 24% delle aziende regionali che lavorano la pelle. Sempre nel Bolognese si trovano nomi di eccellenza anche nell'abbigliamento e nella calzatura – come A. Testoni e Redwall anche se l'epicentro della scarpa rimane la Romagna. È infatti nella provincia di Forlì-Cesena che si trova la più alta concentrazione di aziende del settore pelle – il 27%, secondo un'indagine Crif – grazie al distretto della calzatura: qui si trovano nomi come Zanotti, Sergio Rossi, Casadei e Baldinini. Complessivamente lavorano sul territorio 255 imprese, di cui la maggior parte nella zona di San Mauro Pascoli – il cosiddetto distretto del Rubicone – per un totale di circa 3.200 addetti. Il 70% delle calzature prodotte in questa area arrivano su mercati esteri – Stati Uniti ma anche Europa, Russia, Giappone, Paesi Arabi – facendo del distretto il terzo in Italia per valore dell'export.

Anche se la calzatura di lusso tiene – rispetto ad esempio al distretto di Lugo e Fusignano dove si concentrano aziende con prodotti di fascia più bassa – la crisi in atto inciderà significativamente anche su questo segmento. "C'è stato un rallentamento dal 2002 al 2005, sulla scia del calo nazionale, poi dal 2006 c'è stata una ripresa fino a primi mesi del 2008", spiega Serena Musolesi, responsabile del Cercal, il Centro ricerca e scuola internazionale calzaturiera di Forlì. Nel 2007 si è registrata una crescita della produzione del 13%, di fatturato pari al 16% mentre gli ordini esteri hanno segnato un progresso del 14 per cento. Congiuntura positiva che si è trascinata fino ai primi sei mesi del 2008, con un aumento di produzione e fatturato rispettivamente dell'11 e del 15%, con una

crescita della domanda interna dell'8,6% che ha superato di oltre cinque punti la domanda estera. Con la batosta della crisi finanziaria si cambierà musica: "Sicuramente nel secondo semestre dell'anno i risultati non saranno così positivi e ci sarà una contrazione nel 2009", spiega Musolesi. "Prevale la cautela, soprattutto dopo l'arresto del mercato statunitense che è sempre stato un punto di riferimento per le griffe".

L'arma vincente per rimanere sul mercato, come sempre, è la qualità. "Si tende a puntare a un prodotto sempre più attento alla qualità, che di certo in questa zona non manca",

sottolinea il presidente della Camera di commercio di Forlì-Cesena Tiziano Alessandrini, ricordando che a San Mauro Pascoli, nella sede del Cercal, si trova una delle migliori scuole in Italia per stilisti calzaturieri. "È chiaro che comunque la crisi finanziaria investe anche i settori più avanzati del Made in Italy", spiega. "Quello che preoccupa non è tanto la fine del 2008, che si chiuderà con un calo contenuto, ma il 2009, che presenta molte incertezze". La Camera di commercio, fa sapere Alessandrini, sta mettendo a disposizione dei Confidi risorse straordinarie per sostenere l'accesso al credito delle imprese in difficoltà ■

IL CASO

L'esperienza della bolognese Peron & Peron Vanno forte le scarpe di lusso

Come sempre il lusso tiene, anche in momenti di crisi economica, e non fanno eccezione le scarpe: soprattutto quando si tratta di calzature su misura che costano dai 1.000 ai 5.000 euro al paio. È il caso di Peron & Peron, piccola bottega artigianale nel cuore di Bologna, che da cinquant'anni fabbrica scarpe da uomo interamente a mano: nessun macchinario, neanche la macchina da cucire, i punti vengono messi uno a uno con ago e filo. Le mani d'oro sono quelle di Bruno Peron, che fabbrica le calzature assieme alla moglie e al figlio: la struttura si compone di un piccolo negozio e un laboratorio per la produzione, non ci sono dipendenti ma alcuni calzolari esterni che collaborano.

"Preferisco rimanere su questa nicchia di mercato perché facendo un prodotto diverso dagli altri sono competitivo – spiega Bruno Peron – se mi mettessi a fare una produzione industriale dovrei fare i conti con troppa concorrenza". E a quanto pare l'artigianalità premia, perché l'attività non ha risentito molto della crisi che sta investendo tutti i settori. "Abbiamo avuto un calo delle vendite in Italia, ma le compensiamo con l'estero", spiega Peron.

I clienti di Peron entrano nel negozio, guardano il campionario, scelgono il modello e il colore: mocassino, polacchino, derby, francesina. La scarpa viene poi imbastita e finita: il tempo medio di fabbricazione è di

dodici, quattordici ore in base alla difficoltà del modello; la produzione annua si aggira intorno a 700 paia.

Peron ha creato anche una linea semiartigianale, introducendo qualche macchinario per soddisfare le richieste di grandi numeri che provengono dall'estero: Russia, Inghilterra e soprattutto Giappone. Le scarpe più costose? Quelle di coccodrillo o tempestate di bottoni d'oro e diamanti (che portano i clienti). La scarpa twelve, ad esempio, si chiama così perché riprende in tutto il numero dodici: dodici bottoni d'oro, dodici millimetri di suola, dodici fili di spago. A quanto pare nessuna spiegazione scaramantica, per questa scarpa che il titolare definisce "una calzatura quasi da collezione".

Peron ha inoltre una convenzione con la casa automobilista Pagani di San Cesario sul Panaro in provincia di Modena: il cliente che compra una Zonda, che costa intorno agli 800mila euro, ha diritto a un paio di scarpe cucite a mano con lo stesso pellame degli interni dell'automobile ■



di Antonella Cardone

Si chiude Eima 2008, con un espositore su tre proveniente dall'Emilia-Romagna

Le nuove frontiere della meccanica agricola

Bologna punta sulle macchine agricole scoprendo la loro evoluzione verso la più complessa meccatronica. E non potrebbe che essere così, visto che il 32% degli espositori presenti ad Eima International, la più importante rassegna della meccanizzazione agricola, proviene dall'Emilia-Romagna, patria della meccatronica dove l'innovazione è di casa più che altrove. Quella svoltasi a metà novembre è la seconda edizione da quando Unacoma ha deciso di dare cadenza biennale all'evento, incorporando ExpoGreen (in scena negli anni dispari). Ciò ha consentito di guadagnare 12mila metri quadrati di spazi, che vanno ad aggiungersi a quelli dei nuovi padiglioni, 14-15. Tutti gli spazi si sono rivelati adeguati ad accogliere la mole di visitatori italiani ed esteri: quest'anno, infatti, Eima ha superato l'edizione precedente arrivando a segnare il suo massimo storico con 140.682 visitatori. L'incremento è molto significativo (più 6% rispetto al 2006), soprattutto

perché determinato dalla maggior affluenza di operatori esteri che raggiungono le 22.509 unità, con un incremento del 25% rispetto all'edizione 2006. La quota degli stranieri sul totale dei visitatori sale al 16%, segnando una crescita sia rispetto al 2006 (13%) e ancor più rispetto al 2005, quando la quota era di poco inferiore al 9%, a conferma della caratura e del carattere sempre più internazionale della manifestazione.

Più di 25mila tra macchine e attrezzature per ogni tipo di lavorazione, adatte ai più diversi modelli di agricoltura, sono state protagoniste nei cinque giorni della rassegna che ha visto la partecipazione di oltre 1.600 industrie costruttrici in rappresentanza di 40 Paesi. Tra allestimenti scenografici, prove dinamiche all'aperto, due nuovi saloni specializzati – Eima Componenti ed Eima Energia – e un fitto calendario di incontri e conferenze tecniche, a Bologna si è raccontata l'evoluzione della meccanizzazione e la storia di molti importanti marchi (con la celebrazione, ad esempio, del novantesimo dei trattori Fiat e dei 75 anni della Lombardini motori).

Tante anche le possibilità di comprendere quale sarà l'evoluzione futura del settore, come ad esempio il "mapping", un sistema di rilevazione delle caratteristiche del terreno che consente di caricare in un chip i dati utili per la semina o per la concimazione. Il pacchetto dati, poi, si trasferisce in via digitale alla macchina che farà le lavorazioni con un innalzamento sensibile dei livelli di competitività. A Eima è anche stato presentato il primo trattore agricolo con motore a doppia alimentazione gasolio-olio vegetale puro: il prototipo è già stato avviato alla produzione e verrà commercializzato a partire da giugno 2009. Verso il biosostenibile si muove tutto il settore: la Nuova



Stilmoil di Modena, per esempio, ha già messo a punto GreenLine, lubrificanti ecologici, eco-compatibili e biodegradabili nati per soddisfare le esigenze imposte dai nuovi motori e dalle nuove macchine.

La manifestazione è caduta in un momento tutto sommato positivo per il settore, che sente i benefici della ripresa dell'industria agricola, in particolare quella cerealicola. Nel 2008 l'industria italiana delle macchine agricole toccherà la quota record di 1,8 milioni di tonnellate prodotte, per un valore di 13,1 miliardi di euro (più 7,5%). La crescita della produzione è spinta dalle esportazioni, che dovrebbero chiudere l'anno con un più 24% per le trattrici e più 8,7% per le altre macchine, con una preponderanza del mercato europeo. È il mercato interno a destare maggiori preoccupazioni, con le immatricolazioni in lieve ripresa (più 1,5%), ma non sufficiente a coprire la perdita del 9,8% del 2007. "La stagnazione del mercato interno – osserva il presidente di Unacoma, Massimo Goldoni – è da attribuire ai limiti strutturali dell'agricoltura italiana che, con una superficie media aziendale di appena 7,3 ettari, non riesce a realizzare economie di scala". Goldoni invoca anche un provvedimento per lo svecchiamento del parco mezzi agricolo. "Non vogliamo una rottamazione – puntualizza – ma incentivi al rinnovamento. Con un parco macchine obsoleto è inutile parlare di sicurezza" ■

Tra gli scenari più promettenti, la telematica applicata all'agricoltura

guadagnare 12mila metri quadrati di spazi, che vanno ad aggiungersi a quelli dei nuovi padiglioni, 14-15. Tutti gli spazi si sono rivelati adeguati ad accogliere la mole di visitatori italiani ed esteri: quest'anno, infatti, Eima ha superato l'edizione precedente arrivando a segnare il suo massimo storico con 140.682 visitatori. L'incremento è molto significativo (più 6% rispetto al 2006), soprattutto



OSSERVATORIO 2008 SISTEMA MODA UN SETTORE IN DIFFICOLTÀ

I risultati dell'indagine annuale non sono positivi: a metà anno, quasi il 44% delle imprese registra una diminuzione. In Emilia-Romagna, si arriva quasi al 60%. Le previsioni non sono confortanti



L'Osservatorio del Comitato Network Subfornitura che rileva annualmente le tendenze della congiuntura, le dinamiche dei mercati e l'evoluzione della struttura delle imprese del settore, ha registrato un clima congiunturale nettamente peggiorato per l'insieme dell'industria della moda, rispetto a quello ottimistico che era il tratto dominante del rapporto precedente.

Come nelle edizioni precedenti, l'Osservatorio affronta alcuni nodi strutturali che influenzano in misura rilevante le prospettive delle imprese. Quest'anno il tema è quello della gestione delle risorse umane che accompagnano le strategie che le imprese mettono in atto per fronteggiare i cambiamenti in corso nei mercati. E' un tema cruciale per il futuro del settore. Le migliori strategie di risposta e riposizionamento all'evoluzione del mercato non sono praticabili in assenza di una corretta evoluzione delle competenze che le imprese possono mettere in campo.

Il rapporto è stato curato, 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 in versione integrale 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. Il disegno di campionamento è di tipo stratificato non proporzionale. I dati di ciascuna cella del piano di campionamento sono stati opportunamente riponderati in fase di elaborazione con i pesi della popolazione statistica di riferimento. Nel campione, stratificato per regione e dimensione sono stati elaborati 300 questionari.

Dopo una selezione che ha portato ad escludere i questionari

che presentavano irregolarità, sono state elaborate le risposte di 235 imprese. Le stime sono relative ad una popolazione di circa 10mila imprese. I contenuti del rapporto sono le caratteristiche del settore e dei mercati di riferimento; l'evoluzione congiunturale e rapporti con i committenti.

Sintesi dei risultati

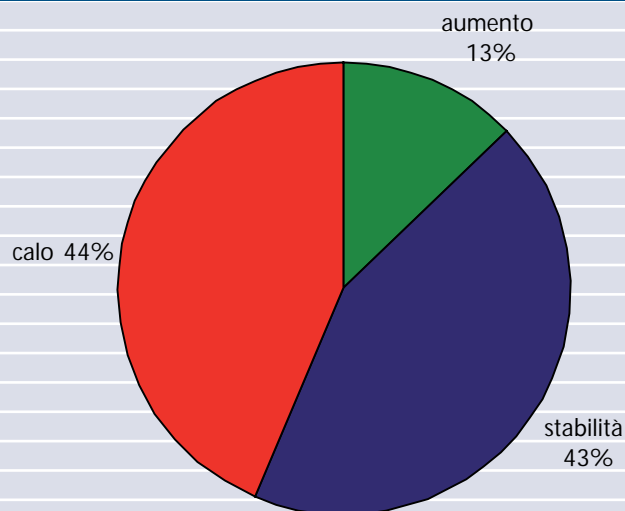
Dopo i segnali di ripresa del 2007, si registra un'inversione di tendenza ed il clima congiunturale è nettamente peggiorato per l'insieme dell'industria della moda che ha registrato una brusca frenata. In particolare, l'ulteriore rivalutazione dell'Euro sul Dollaro e la conseguente perdita di competitività non sono estranee alla frenata, per quanto l'attenzione debba ricadere soprattutto sulla debolezza della domanda e dei consumi. La generale inversione in senso negativo del ciclo economico e della congiuntura per l'industria della moda ha coinvolto anche il sistema della subfornitura, indipendentemente dalla dimensione delle imprese.

A giugno quasi la metà delle imprese ha registrato una diminuzione dell'attività produttiva rispetto al 2007. Dalla rilevazione svolta appare che nella prima parte del 2008, il 44% delle imprese subfornitrici ha subito una riduzione degli ordini e solo

il 13,4% ha registrato incrementi. La produzione è in calo per il 49,1% delle imprese e solo il 13% ha registrato un aumento. Nel rapporto tra committenti e subfornitori, si conferma la maggiore richiesta di un ruolo più attivo di questi ultimi, di una maggiore 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 strettamente manifatturiere a quelle legate alle attività cosiddette immateriali: comunicazione, progettazione e design, distribuzione. Quindi, 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.

Nell'indagine di quest'anno, il 62% delle imprese ha dichiarato di non limitarsi ad un rapporto puramente esecutivo. Si tratta di una percentuale che tende ad aumentare di anno in anno: era il 56% nel 2007, il 54% nel 2006, 50% nel 2005 e il 37% nel 2004.

La dinamica della produzione nel primo semestre 2008: percentuale di imprese che hanno aumentato, mantenuto stabile o diminuito la produzione



Fonte: Subfor.net

La direzione intrapresa dai subfornitori è quella di un rafforzamento della capacità propositiva, che nel 2008 riguarda il 22% delle imprese. L'influenza del tipo di rapporto si percepisce nella performance congiunturale, la percentuale delle imprese che hanno registrato aumenti di produzione nel 2008 cresce al crescere del-

l'intensità del rapporto: è l'11% per le imprese con rapporto esecutivo, del 16% per quelle con rapporto collaborativo, del 23% per quelle con rapporto propositivo.

LA CONGIUNTURA

Produzione e ordini nelle imprese di subfornitura

Nel 2008, la generale inversione in senso negativo del ciclo economico e della congiuntura per l'industria della moda ha coinvolto anche il sistema della subfornitura. A metà anno quasi la metà (44%) delle imprese ha registrato una diminuzione dell'attività produttiva rispetto al 2007 e solo il 13% delle imprese ha segnalato una crescita. I confronti con gli anni precedenti devono essere fatti con cautela, anche per le modifiche intercorse nel numero di regioni partecipanti alla rilevazione. La dimensione del peggioramento è però tale da non risentirne, almeno di grandezza delle possibili distorsioni: nel 2007 la percentuale delle imprese che registrava incrementi di attività era il 30% e nel 2006 era il 23%. Si è in sostan-

Subfornitura in rete

Il Comitato Network Subfornitura è un'associazione che ha lo scopo di promuovere e valorizzare attraverso il coordinamento dei soci lo sviluppo della subfornitura italiana.

E' la struttura che ha realizzato e gestisce la prima Banca Dati interattiva e dinamica di aziende subfornitrici che contiene i record di oltre 5000 imprese subfornitrici e si pone come strumento di promozione per le Pmi italiane che vogliono farsi conoscere da potenziali committenti per sviluppare rapporti di affari. Per ciascuna impresa sono disponibili dati e informazioni dettagliate sulle caratteristiche tecnologiche, produttive, organizzative e di mercato.

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

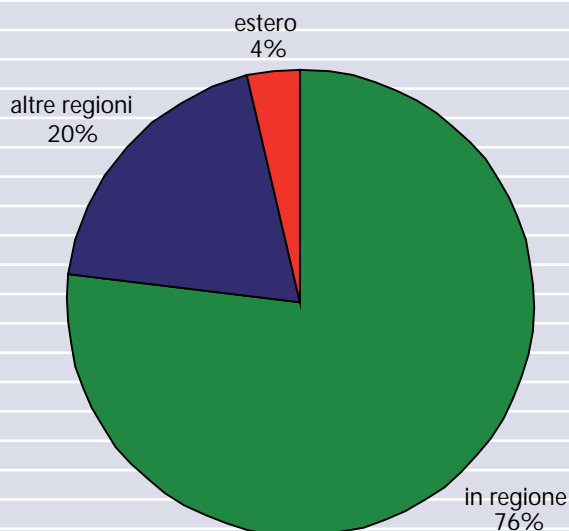
Subfor possono pubblicare in una "bacheca" le proprie inserzioni anonime relative a domanda e offerta di prodotti o servizi, indicando il settore merceologico di appartenenza. Anche le aziende non ancora appartenenti alla Banca Dati Subfor possono accedere alla bacheca imprese per rispondere, sempre in modo anonimo, alle inserzioni presenti.

Il Comitato Network, che fa capo alle Unioni Regionali delle Camere di Commercio di Basilicata, Lombardia, Emilia-Romagna, Piemonte, Toscana, Umbria, al ConCentro Centro regionale per la Subfornitura del Friuli Venezia Giulia, ad Unioncamere Italiana, Ucima Sistemi per produrre - Associazione Costruttori Italiani Macchine Utensili, Robot e Automazione) e Cna (Confederazione Nazionale dell'Artigianato e della Piccola e Media Impresa), è presieduto dal ravennate Glauco Cavassini, al terzo mandato.

za tornati ai livelli del 2005 (15% di imprese con aumenti di produzione) che fu il peggior anno dal 2000. Le attese per la seconda parte dell'anno, misurate dalla situazione degli ordini a giugno, sono di un'ulteriore contrazione: il 47% delle imprese ha visto diminuire gli ordini e solo l'11% li ha aumentati. Questi dati indicano un calo rispetto al 2006, quando la quota di imprese in crescita era il 20% ed anche rispetto al 2005 (13%). Se nel 2007 la fase positiva aveva premiato più le imprese medie (20-49 addetti) e grandi (50-99 addetti) che le piccole (1-19 addetti), il peggioramento della congiuntura nel 2008 ha interessato tutte le imprese indipendentemente dalla dimensione, sia per i dati di produzione a consuntivo che per quelli degli ordini. La percentuale di imprese con produzione in calo (46%) è la stessa per le piccole e le grandi imprese. Le imprese medie registrano una percentuale inferiore di casi di calo di produzione (34%, simile quella registrata nel 2007) e gran numero di imprese che dichiarano una situazione stabile (48%). Anche per le medie imprese, la riduzione del numero dei casi di aumento della produzione è molto netto. Le prospettive per la seconda parte dell'anno rispecchiano la situazione dei consuntivi per tutte le dimensioni di impresa, con una accentuazione negativa per le piccole imprese, tra le quali una quota di coloro che dichiarano stabilità nei consuntivi di produzione hanno registrato cali negli ordini. Differenze più consistenti si rilevano tra le regioni, sia nei consuntivi di produzione che per la situazione della raccolta ordini. Rispetto al 2007 la riduzione del numero di imprese con produzione in crescita e l'aumento di quelle che registrano cali è ovviamente generalizzato, ma con importanti differenze nella dimensione della variazione. In Piemonte ed Emilia-Romagna

(che nel rapporto di quest'anno sono considerate insieme per ragioni di numerosità campionaria) oltre il 60% delle imprese registra cali sia della produzione che degli ordini, il numero delle imprese che hanno aumentato la produzione è limitatissimo, e nessuna delle imprese rispondenti ha registrato un incremento di ordini. Per il Piemonte l'andamento peggiore della media risente della elevata specializzazione tessile della regione e conferma un quadro di debolezza strutturale che già si era evidenziato nel 2007. L'Emilia-Romagna manifesta una maggiore sensibilità all'andamento congiunturale: era stata tra le regioni più dinamiche nel 2007, è tra le peggiori nel 2008. All'estremo opposto si colloca l'Umbria in cui il peggioramento è stato contenuto, grazie anche ad uno zoccolo duro rappresentato da oltre il 60% di imprese che dichiarano stabilità sia nella produzione che nella raccolta ordini. La Toscana e la Lombardia sono le regioni con il campione più stabile: l'andamento dell'attività nelle due regioni è stato simile. Nel 2007 le imprese che registravano incrementi di produzione erano il 25% in Lombardia e il 30% in Toscana, nel 2008 sono diminuite rispettivamente al 15% e al 12%. Viceversa, quelle che registravano cali erano il 28% in Lombardia e il 26% in Toscana, sono diventate il 44% in entrambe le regioni. Sotto il profilo settoriale si mantiene più difficile della media la condizione del tessile, che anche nel 2008 è il settore con la più alta percentuale di imprese che dichiarano cali di produzione (erano il 31% nel 2007, sono il 49% nel 2008). Nei settori della pelle e calzature e dell'abbigliamento la percentuale di imprese che registrano cali di produzione è più bassa (39% in entrambi i settori), in ogni caso si tratta di un significativo salto rispetto al 2007 quando erano il 22% per la filiera pelle e il 26% per l'ab-

I mercati di sbocco: composizione del fatturato per destinazione



Fonte: Subfor.net

bigliamento. La situazione degli ordini continua ad essere negativa per il settore tessile, la metà delle imprese ha visto ridursi la raccolta degli ordini. Anche per l'abbigliamento l'andamento degli ordini a giugno è stato peggiore rispetto ai consuntivi di produzione, avvicinando molto il clima congiunturale a quello cupo del tessile. Il settore della pelle e delle calzature sembra invece registrare già un miglioramento. Quasi un'impresa su cinque ha aumentato gli ordini, in ogni caso è notevole la differenza rispetto alla situazione del 2007 quanto un'impresa su tre aveva migliorato la raccolta ordini rispetto all'anno precedente. Il numero delle imprese con calo di ordini resta invece lo stesso (39%) di quello che ha registrato cali di produzione.

L'andamento delle tariffe di lavorazione

Malgrado la difficile situazione congiunturale le tariffe di lavorazione si sono mantenute stabili per il 69% delle imprese, perdendo in ogni caso potere d'acquisto a causa dell'inflazione. Inoltre il saldo tra le imprese che le hanno aumentate e quel-

le che le hanno diminuite vede prevalere i cali (18% delle imprese) sugli aumenti (14% delle imprese). Si deve anche osservare che pochissime imprese (1%) dichiarano di averle aumentate più dell'inflazione e solo il 13% di avere realizzato aumenti in linea con l'inflazione. La dinamica delle tariffe di lavorazione ha in effetti seguito, senza forti scostamenti, quella generale dei prezzi dei prodotti della moda. Se prendiamo a riferimento dell'inflazione i prezzi al consumo (l'indicatore che plausibilmente le imprese rispondenti all'indagine hanno tenuto in considerazione), tra giugno 2007 e giugno 2008 l'incremento dei prezzi è stato del 3,8%. L'indice dei prezzi dei prodotti industriali tessili ed abbigliamento (prodotti in Italia) è cresciuto nello stesso periodo (il dato più recente disponibile).

L'ORGANIZZAZIONE DELLA PRODUZIONE

L'incidenza delle attività di subfornitura sui ricavi delle imprese

Il numero di imprese che combina l'attività di subfornitura con una significativa attività in conto proprio è molto ridotta; in gene-

rale due mondi, quello del conto terzi e del conto proprio, tendono ad essere mutuamente esclusivi. Il 79% delle imprese che hanno partecipato all'Osservatorio risultano essere di pura subfornitura. L'elevata quota di imprese che svolgono esclusivamente attività in conto terzi è rimasta sostanzialmente costante nei sei anni in cui l'Osservatorio ha effettuato la rilevazione. Per un ulteriore 11% l'attività in conto terzi rappresenta oltre il 90% del fatturato e quella in conto proprio è un evento di portata limitatissima. Per un altro 6% l'attività di subfornitura resta in ogni caso prioritaria, e solo per il 4% una prevalente attività in conto proprio è affiancata da una attività secondaria di subfornitura. Dal campione sono invece escluse quelle imprese che svolgono in subfornitura solo una quota marginale (meno del 25%) del fatturato.

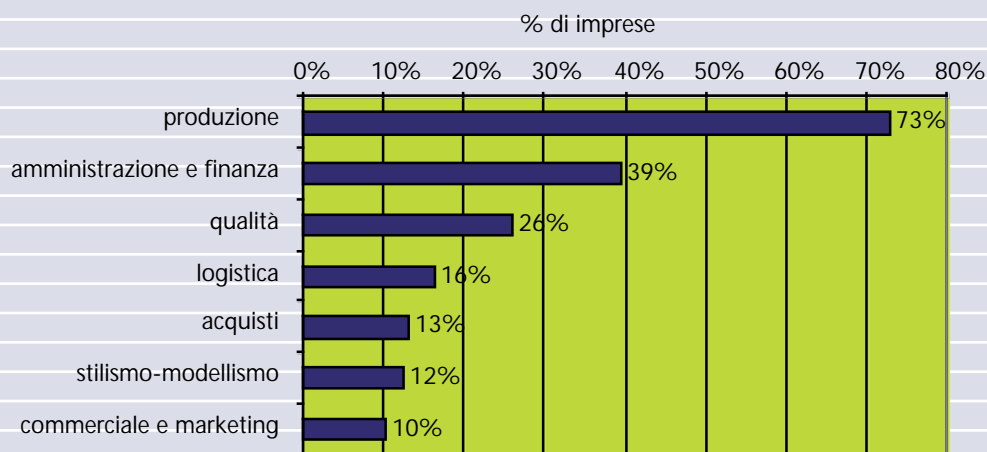
Rapporti di filiera: il governo dei subfornitori di secondo livello

Fin dalle prime edizioni dell'Osservatorio si è messo in luce come le imprese della subfornitura non sono semplicemente terminali finali dei committenti, ma che, a loro volta, sono punti di coordinamento di piccole o estese reti di subfornitura di

secondo livello. Il ricorso alla subfornitura di secondo livello è una pratica molto diffusa che l'Osservatorio ha rilevato essere adottata da circa la metà delle imprese subfornitrici. Una percentuale di imprese subfornitrici che oscilla di anno in anno tra il 45% e il 55% (in relazione alle modifiche del campione e alla copertura regionale) fa a sua volta ricorso a laboratori esterni. Il fenomeno risulta più diffuso nella filiera pelle dove supera il 60% dei casi e nell'abbigliamento dove si arriva quasi al 50% dei casi. Per il tessile è invece una modalità meno frequente che viene praticata dal 35% delle imprese.

La soglia dimensionale oltre la quale il ricorso alla subfornitura di secondo livello diventa più frequente è quella della classe 20-49 addetti. Sopra questa soglia riguarda oltre la metà delle imprese, mentre assume i valori più contenuti tra le imprese più piccole (1-19) dove viene praticata dal 42% delle imprese. L'utilizzo di subfornitori di secondo livello richiede una maggiore complessità organizzativa. Nell'abbigliamento e nella filiera pelle distingue modelli diversi di impresa: quelle più semplici, che nell'abbigliamento sono definite *façoniste* fino a quelle più complesse che svolgono il ruolo di piattaforma produttiva che coordina tutte le fasi manifatturiere. Secondo questo principio da altre ricerche emergono quattro categorie stilizzate di subfornitori che presentano una complessità organizzativa crescente: - **Terzista/façonista**. Realizza una sola delle fasi produttive, generalmente quella di cucitura. Non ci sono barriere all'ingresso né all'uscita. Gli investimenti sono modesti. - **Terzista evoluto**. Integra alla principale fase di cucitura alcuni servizi prettamente industriali, principalmente il taglio, finissaggi, stiro, controllo della qualità, la logistica delle materie prime, può essere anche capofila di laboratori di

Le aree chiave in cui si sono avuti i maggiori Cambiamenti di personale



Fonte: Subfor.net

façon e utilizzare altri terzisti per i servizi. Resta in ogni caso un'impresa semplice dal punto di vista organizzativo. - **Coordinatore.** Generalmente non realizza direttamente la produzione o i servizi aggiuntivi, può realizzare direttamente la fase di taglio o i finisaggi, ma coordina queste attività gestendo façonisti, fornitori di servizi industriali e di servizi ad alto valore aggiunto. Si occupa della logistica delle materie prime. Deve conoscere le materie prime, le fasi della lavorazione e i mercati intermedi. Alla attività di subfornitura per i committenti unisce anche quella di commercializzazione. La gestione finanziaria è più complessa, così come l'organizzazione aziendale.

Impresa piattaforma. A differenza del coordinatore dispone anche di una struttura interna per la produzione di servizi immateriali: modellismo, stile, progettazione. Opera indifferente nel campo della subfornitura e del commercializzato. Il modello dell'impresa piattaforma richiede significative competenze organizzative e di coordinamento, ma è il punto di arrivo di una moderna attività di subfornitura in una filiera della moda in cui le imprese con marchio proprio (sia della distribuzione che industriali) si concentrano maggiormente sulle competenze immateriali e tendono a delegare a fornitori come le imprese piattaforma tutte le attività manifatturiere. La gestione di un elevato numero di subfornitori costituirebbe, infatti, per le imprese a marchio proprio o che utilizzano private label un impegno molto consistente che sottrarrebbe risorse ed energie al presidio delle loro competenze distintive, che risiedono soprattutto nell'area retail e marketing. Questo problema tende ad essere risolto appunto semplificando e razionalizzando la gestione delle complesse reti di subfornitori attraverso la mediazione delle imprese piattaforma.

Dieci anni fa il buying office di

una grande catena non avrebbe avuto altra scelta che coordinare direttamente molte imprese fornitrici al fine di ottenere i capi finiti per un ordine stagionale.

Oggi l'attività dei buying offices è semplificata e sollevata da molte incombenze, grazie al lavoro delle imprese piattaforma specializzate nel supply chain management.

Le più complesse imprese piattaforma hanno sviluppato il coordinamento di reti globali di subfornitori di secondo livello e di fornitura per la gestione del commercializzato; ad esse sono oggi delegate gran parte delle decisioni riguardo alle fasi di produzione.

Questo modello organizzativo avanzato per i subfornitori tenta a diffondersi in Italia, mentre ha raggiunto dimensioni elevate in altri Paesi, in primo luogo in Asia dove si trovano gli esempi di dimensione maggiore. Dietro un'etichetta Made in Hong Kong su un maglione o una felpa venduti in uno store di Wal-Mart negli USA o di C&A in Europa è probabile si trovi un complesso intreccio tra imprese e Paesi produttori, coordinato da una piattaforma di Hong Kong. Il filato può provenire da produttori coreani, l'attività di tintura e tessitura essere realizzata a Taiwan, il taglio e la confezione in Thailandia, con le zip e i bottoni provenienti da fabbriche cinesi; lo stiro, il controllo di qualità e l'imbusto possono, infine, essere effettuati ad Hong Kong, prima della spedizione ad uno dei centri logistici in uno specifico Stato degli USA o in una regione europea. Alcune di queste imprese si sono sviluppate a partire da semplici attività di trading company e sono oggi arrivate ad essere grandi multinazionali caratterizzate da strutture complesse, in parte industriali con impianti produttivi sparsi in diversi continenti, in parte commerciali, in parte finanziarie, di logistica e di servizi. Spesso queste imprese sono di una scala dimensionale simile

o addirittura maggiore di quella dei loro committenti.

In Italia i casi di imprese piattaforma di dimensione significativa sono in numero ancora limitato. L'Osservatorio non è strutturato per rilevare le caratteristiche di tale popolazione rara che richiederebbe di definire per il campione un' apposita dimensione di stratificazione. Tuttavia una indicazione puramente suggestiva della scarsità di questa tipologia di imprese viene confermata dal fatto che meno di un quarto delle imprese che utilizza subfornitori di secondo livello coordina reti di più di 5 laboratori. Definiamo per semplicità terzisti i subfornitori che non fanno ricorso a loro volta a subfornitori di secondo livello, e invece coordinatori coloro che utilizzano subfornitori di secondo livello. Il confronto tra caratteristiche e performance dei due gruppi mostra interessanti differenze.

La dinamica della produzione rilevata dall'indagine a giugno 2008 è migliore per i coordinatori. La percentuale di imprese con produzione in crescita ha superato il 15% per i coordinatori, mentre è del 10% per i terzisti. La percentuale di imprese che registra tariffe in crescita è del 19% tra i coordinatori e del 9% tra terzisti; la percentuale con tariffe in calo è del 13% tra i coordinatori e del 21% tra i terzisti. La presenza di committenti esteri è decisamente più elevata per i coordinatori.

I MERCATI

La scarsa apertura a mercati diversi da quello locale che resta uno dei maggiori punti di debolezza delle imprese della subfornitura: tre quarti del fatturato delle imprese continua ad essere realizzato all'interno del territorio regionale.

Le altre regioni italiane contano per circa un quinto del fatturato. Le lavorazioni per committenti esteri contribuiscono solo per il 4% del fatturato. Ad un risultato analogo si arriva anche

considerando il numero dei committenti invece che il fatturato.

Le imprese che dichiarano di operare anche con committenti esteri sono il 4,5% del totale, il 36% dichiara di avere committenti fuori dalla regione, mentre solo il 30% non avrebbe clienti locali (all'interno della regione di appartenenza) significativi.

La scarsa presenza sui mercati esteri è un dato comune a quasi tutte le regioni: la quota massima si raggiunge in Umbria; Toscana e Lombardia sono tra il 3% e il 4%; l'insieme di Piemonte ed Emilia Romagna realizza all'estero quote irrilevanti di fatturato.

Le imprese risultano omogeneamente concentrate sulle regioni di appartenenza anche una volta disaggregate per settore. Il settore più legato al localismo è il tessile. Le imprese tessili realizzano all'interno della regione di appartenenza oltre l'80% del fatturato. La correlazione tra dimensione delle imprese e apertura ai mercati extra-regionali ed esteri è evidente. Le imprese piccole realizzano in regione l'80% del fatturato, quelle medie poco meno del 70%, le grandi il 60%. Anche per quanto riguarda la presenza sui mercati esteri si trova una corrispondenza forte: le piccole non superano il 2% del fatturato, le medie arrivano al 6% e le grandi al 13%.

La scarsa presenza sui mercati esteri priva le imprese della subfornitura di opportunità significative di crescita e del resto non è chiaro quale sia la direzione causale: se sia cioè la piccola dimensione a non consentire di crescere fuori dai mercati regionali, o se la concentrazione sui mercati regionali impedisca alle imprese di crescere, condannandole alla piccola dimensione, che certamente qualche vincolo in più all'avventurarsi sui mercati esteri lo pone.

I dati dell'Osservatorio consentono di misurare l'effetto negativo del localismo dei mercati di sbocco. Osservando la geografia dei mercati delle imprese in relazione alle performance congiunturali, si rileva che le imprese che hanno realizzato incrementi di produzione sono prevalentemente imprese con una presenza all'estero maggiore della media. Allo stesso modo le imprese che hanno ottenuto incrementi elevati delle tariffe di lavorazione tendono ad avere una più elevata quota di fatturato realizzata all'estero.

La tipologia

Non solo la geografia, ma anche la tipologia dei committenti contribuisce ad influenzare la performance delle imprese. Il 45% delle imprese dichiara di lavorare per marchi noti, oltre la metà invece ha come committenti imprese

industriali che non posseggono marchi noti. I rapporti con il sistema distributivo, in passato particolarmente importanti per le imprese dell'abbigliamento e della pelletteria, interessano oggi un ridotto numero di subfornitori: meno del 5% con la grande distribuzione, l'8% con i grossisti, mentre resta il 12% di imprese che ha come committenti mediatori commerciali, particolarmente presenti nel settore tessile (converter).

Il rapporto con gli stilisti riguarda il 3% delle imprese, con una quota non marginale di subfornitori tessili che evidentemente realizzano lavorazioni speciali su tessuti e filati.

I subfornitori che lavorano per marchi noti hanno più frequentemente rapporti esclusivi con un committente (22% dei casi contro il 6% della media generale) o, in ogni caso, hanno un numero limitato di committenti (il 59% delle imprese ne ha meno di 8). Le imprese che operano con gli stilisti o con committenti commerciali tendono invece ad avere un portafoglio clienti molto più diversificato. L'88% delle imprese che hanno converter come committenti, ha più di 8 committenti, così come l'82% dei subfornitori di stilisti e il 75% dei subfornitori dei grossisti.

Un segnale confortante viene dalla stabilità del numero dei committenti. Il timore espresso nella precedente edizione del rapporto che la difficile situazione della congiuntura e la concorrenza internazionale potessero sottrarre una significativa quota di committenti, che vengono meno non per la problemi di competitività del subfornitore, ma per quelli del committente stesso sembrerebbe non materializzarsi, almeno secondo i dati raccolti dall'Osservatorio di quest'anno. La metà delle imprese dichiara, infatti, che il numero dei committenti resta stabile da tre anni e l'altra metà si distribuisce equamente tra chi ha aumentato e chi ha diminuito il numero dei committenti.



FOCUS

Le risorse umane

L'Osservatorio ha dato conto in questi anni dei grandi cambiamenti che hanno investito e stanno investendo il settore. In questo quadro le politiche per le risorse umane vengono generalmente considerate un fattore chiave nel raggiungimento degli obiettivi delle politiche e strategie di risposta delle imprese.

L'area su cui le imprese hanno maggiormente concentrato gli interventi in tema di gestione delle risorse umane è quella della produzione a cui seguono, nell'ordine, l'amministrazione e finanza e la qualità. Più distanziati, logistica, acquisti, modellismo e marketing.

Il 41% delle imprese del campione ha effettuato assunzioni di personale nell'ultimo triennio. Una quota importante tenendo conto del fatto che negli ultimi tre anni il settore ha attraversato prima una fase particolarmente difficile, e solo tra la metà del 2006 e la fine del 2007 la congiuntura si è evoluta in senso positivo.

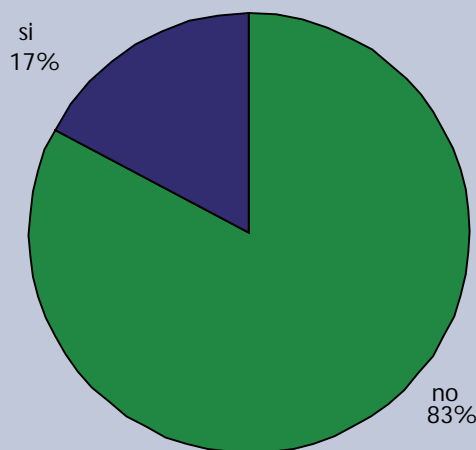
Le imprese hanno incontrato particolari difficoltà nel reperire operai specializzati e qualificati. Le difficoltà hanno riguardato oltre un quarto delle imprese che hanno assunto. Per le restanti figure professionali le difficoltà sono state molto più ridotte e di dimensione del tutto fisiologica.

Le imprese di subfornitura della moda confermano di guardare al futuro con preoccupazione. Le previsioni di assunzione di nuovo personale per i prossimi 2-3 anni sono, infatti, orientate alla prudenza.

Le aree aziendali in cui si prevede di assumere sono sostanzialmente le stesse in cui si è assunto negli ultimi anni: le attività di produzione e le funzioni inerenti alla qualità. Menzionate da poche imprese, invece, le aree della logistica, amministrazione e finanza, modellismo e marketing.

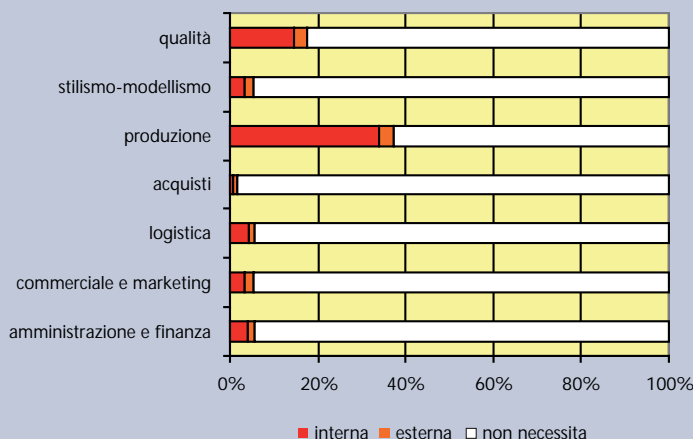
I fabbisogni formativi indicati dalle imprese sono ovviamente strettamente correlati alle politiche del personale sopra descritte. L'area in cui si manifestano principalmente esigenze di formazione è quindi quella della produzione. La formula largamente preferita dalle imprese è quella della formazione interna alle imprese.

Percentuale di imprese che prevede di assumere nei prossimi 2-3 anni



Fonte: Subfor.net

Aree aziendali che richiedono formazione nei prossimi anni. E preferenza per la formazione interna o esterna (grafico)



Aree aziendali che richiedono formazione nei prossimi anni. E preferenza per la formazione interna o esterna (tabella)

| Aree aziendali | interna | esterna | non necessita |
|---------------------------|---------|---------|---------------|
| amministrazione e finanza | 4% | 1% | 94% |
| commerciale e marketing | 3% | 2% | 95% |
| logistica | 4% | 2% | 94% |
| acquisti | 1% | 1% | 98% |
| produzione | 34% | 3% | 63% |
| stilismo-modellismo | 3% | 2% | 95% |
| qualità | 15% | 3% | 82% |

Fonte: Subfor.net

Siglato un protocollo di collaborazione operativa per favorire innovazione e competitività

Upi-Unioncamere Un patto per la crescita

di Luana Plessi

Un salto di qualità nella collaborazione tra Upi (Unione delle Province d'Italia) e Unioncamere Emilia-Romagna. I presidenti Pier Giorgio Dall'Acqua ed Andrea Zanlari hanno siglato al Castello Estense di Ferrara un protocollo di collaborazione operativa che costituisce un punto di riferimento per le iniziative comuni da sviluppare tra le Province, che governano i territori, e le Camere di commercio, che rappresentano le imprese.

Convergenza strategica dei due sistemi istituzionali su obiettivi qualificati, promozione delle strategie comunitarie per lo sviluppo sostenibile e l'innovazione, sostegno agli interventi di semplificazione amministrativa e all'utilizzo di strumenti alternativi per la risoluzione rapida delle controversie per le imprese e i cittadini: sono gli scenari di azione comune delineati dall'accordo.

Per raggiungere questi obiettivi, Province e Camere di commercio si impegnano a predisporre progetti e strumenti comuni quali studi, convegni e osservatori e iniziative di formazione che potranno di conseguenza assicurare alle imprese emiliano-romagnole un supporto efficace nell'operare quotidiano.

L'intesa, che avvia un percorso inedito per promuovere interventi integrati volti ad elevare la competitività del sistema delle imprese, arriva in un momento difficile per l'economia internazionale e questo "offre una ragione in più per stringere i rapporti", dice il presidente della Provincia di Ferrara e dell'Upi Emilia-Romagna, Pier Giorgio Dall'Acqua, che aggiunge: "La collaborazione non è certo nuova, ma questo accordo segna un momento di svolta perché punta a lavorare sulla frontiera decisiva dello sviluppo sostenibile e si muove all'interno di una

strategia di fondo comune. Vogliamo garantire livelli sempre più intrecciati nell'ottica della qualità".

Upi e Unioncamere identificano obiettivi comuni nel rafforzamento della competitività delle imprese e nello sviluppo del territorio per consolidare la posizione di eccellenza occupata in Italia e in Europa dall'Emilia-Romagna. "L'intesa rientra nella cultura del fare che contraddistingue la nostra regione - sostiene il presidente di Unioncamere, Andrea Zanlari - e nell'impegno del sistema camerale a sviluppare una rete di alleanze con i soggetti pubblici, potenziando la capacità di fare sistema con le altre istituzioni, e ricercando una convergenza operativa per impostare interventi a favore della competitività del sistema delle imprese".

La capacità di azione congiunta si misurerà su alcune linee di intervento. Innanzitutto il monitoraggio delle dinamiche economiche regionali, fondato su tre punti: integrazione delle banche dati per miglio-

rare affidabilità e tempestività dell'analisi statistica; iniziative congiunte in materia di osservatori di indagini strutturali e congiunturali; condivisione in ambito regionale del progetto nazionale dell'Upi "100 indicatori per 100 province". Sul fronte economico-finanziario, promuovendo un più efficace impiego delle opportunità e risorse comunitarie (anche attraverso il Consorzio Simpler che aderisce alla nuova rete integrata comunitaria per le imprese e l'innovazione), e valorizzando l'apporto delle Camere di commercio e delle Province alla rete dei Consorzi fidi per l'accesso al credito delle Pmi, all'imprenditoria femminile, all'internazionalizzazione, all'aggregazione tra le imprese, all'assistenza tecnica e trasferimento tecnologico. Altro campo di collaborazione sarà l'attenzione all'assetto infra-



Un percorso di convergenza strategica tra imprese ed enti locali

Sopra, Pier Giorgio Dall'Acqua presidente dell'Upi Emilia-Romagna. Sotto, con Andrea Zanlari durante la firma dell'accordo



strutturale di cui Camere e Province si impegnano a sostenere il potenziamento tendendo conto del fabbisogno delle aziende, anche attraverso il monitoraggio degli

interventi realizzati e a promuovere il ricorso al partenariato pubblico-privato e al project financing. Il turismo sarà un ambito di operatività privilegiata, non solo per il monitoraggio del settore, ma anche per la possibilità di promuovere progetti congiunti capaci di legare patrimonio culturale, offerta turistica ed enogastronomica. In ambito amministrativo lo scopo è semplificare per ridurre costi e dare risposte rapide agli utenti: più e-government e meno barriere per le imprese, con l'estensione dei sistemi telematici della firma digitale, della posta elettronica certificata, della Comunicazione Unica, promozione di metodi stragiudiziali di risoluzione delle controversie,

con particolare riferimento alla conciliazione, attraverso relazioni con operatori istituzionali della giustizia, ordini professionali e associazioni di rappresentanza di consumatori e imprese. Infine, l'aspetto della formazione professionale, in connessione con le esigenze del mondo del lavoro, su cui il protocollo ha già avuto un esempio di applicazione con il corso sul testo unico in materia ambientale che si è appena concluso. L'accordo Upi-Unioncamere Emilia-Romagna ha durata triennale, con possibilità di rinnovo automatico, e prevede l'avvio immediato di un gruppo di lavoro per impostare un programma di attività ■



IL PROGETTO

Eccellenze regionali, si riparte dalla tradizione Giovani cuochi a "CheftoChef"

“La gastronomia in Emilia-Romagna” è anche uno slogan. Il progetto realizzato da Regione, Upi, Unioncamere è ambizioso e a lunga scadenza, ma l'obiettivo è chiaro: contribuire all'evoluzione della gastronomia del territorio e alla sua affermazione a livello internazionale attraverso la valorizzazione dello straordinario patrimonio di prodotti tipici e di materie prime di cui questa regione è ricca.

L'idea è nata dal coinvolgimento di oltre 100 testimonial di vari ambienti (giornalisti, formatori, cuochi, critici e associazioni gastronomiche) con l'intento di colmare il gap tra l'eccellenza dei prodotti regionali e quella non eguale della cucina. Nasce così “CheftoChef”, che riunisce i cuochi “stellati” dell'Emilia-Romagna, da subito partner del progetto e interlocutori privilegiati per le istituzioni. “L'Emilia-Romagna – sostiene l'assessore regionale all'Agricoltura Tiberio Rabboni – può contare su due eccellenze che ne caratterizzano l'identità: una cultura gastronomica di reputazione internazionale e un patrimonio di prodotti tipici unico in Europa, con ben 26 Dop e Igp. Con questo progetto vogliamo valorizzarle entrambe, legandole insieme più di quanto ora non accada”.

Al via un corso di cucina innovativa per giovani cuochi organizzato da Ial-Cisl, Emilia-Romagna che è iniziato a fine novembre a Salsomaggiore Terme e si concluderà a luglio 2009. Il corso prevede materie come “valorizzazione e promozione dei prodotti tipici locali” e “impiego delle più recenti tecniche di elaborazione e cottura” e terminerà con 400 ore di stage nei più prestigiosi ristoranti regionali. Nell'associazione “CheftoChef” accanto al presidente Igles Corelli “Le Tamerici” (Ostellato, Ferrara) e al vicepresidente Massimo Bottura “La Francescana” (Modena), ci sono altri sedici chef. “Mancano ragazzi sul territorio”, dice infatti Igles Corelli, mentre Bottura definisce il corso “un sogno che vogliamo regalare ai giovani appassionati, un'occasione di crescita lavorando con le materie prime nei nostri ristoranti”.

Obiettivo non secondario dell'iniziativa è dunque l'individuazione di quei giovani che potrebbero diventare i grandi cuochi del futuro. Come osserva Franco Chiarini, coordinatore del progetto, “nel secolo scorso i cuochi fecero scuola, ora la scuola dovrà fare i cuochi”. Tra gli obiettivi del progetto c'è anche l'idea di portare la tradizione enogastronomica dell'Emilia-Romagna nel mondo, parteci-

pare a eventi internazionali per valorizzare i prodotti tipici, realizzare un sito internet dove gourmet, esperti e consumatori, cuochi, possano soddisfare la propria curiosità culinaria. “Per valorizzare la tradizione enogastronomica emiliano-romagnola occorre ripartire dal territorio e dai nostri prodotti tipici con quella che è anzitutto un'operazione culturale, per salvare la sapienza artigianale di tanti produttori”, afferma Andrea Zanlari, presidente di Unioncamere Emilia-Romagna, mentre Gabriella Montera e Luciana Garbuglia, che guidano le commissioni Agricoltura e Turismo dell'Upi, sottolineano la necessità di puntare “sulla qualità dell'enogastronomia emiliano-romagnola in una chiave non localistica per portare le eccellenze regionali nel mondo”. www.cheftochef.eu ■



Ecco gli impegni dell'Esecutivo per l'avvio di alcuni interventi prioritari

Capitolo infrastrutture

Qualcosa si muove

di Giuseppe Sangiorgi

Le assicurazioni arrivate dal ministro delle Infrastrutture, Altero Matteoli, nell'incontro del 24 novembre con una delegazione guidata dal presidente della Regione Vasco Errani e dall'assessore a Mobilità e trasporti Alfredo Peri, sull'avvio di alcuni interventi (dal Passante Nord di Bologna alla Bretella Campogalliano-Sassuolo) previsti nell'aggiornamento dell'Intesa Governo-Regioni sottoscritto ad agosto, ravvivano la fiducia delle associazioni di rappresentanza delle imprese e del sistema camerale, da tempo impegnati in ambito regionale per rimuovere le principali strozzature del trasporto merci.

Per il mondo associativo e per il sistema camerale risulta peraltro urgente, in attesa di procedere alla realizzazione completa della E45-E55, con particolare riferimento al tratto tra Cesena e Mestre, dare avvio anche al collegamento tra Cesena e la Ferraramare. Questi interventi rappresenterebbero un importante raccordo con il corridoio adriatico e il Porto di Ravenna e potrebbero essere avviati attraverso il project financing, a fronte di un modesto stanziamento annuale di risorse pubbliche.

L'incontro è giunto pochi giorni dopo la seconda riunione con i Parlamentari dell'Emilia-Romagna organizzata da Tavolo regionale dell'imprenditoria, Confindustria e Unioncamere, in collaborazione con l'assessorato regionale alla Mobilità e trasporti. Qui è emersa la necessità dell'impegno di un'ampia coalizione territoriale per sbloccare l'avvio degli interventi, a cominciare da quelli cantierabili in tempi rapidi e per i quali le risorse finanziarie pubbliche possono costituire la base necessaria per il project financing.

"In un periodo di forte rallentamento congiunturale – sottolineano in una nota ufficiale le organizzazioni eco-

nomiche e il sistema camerale – è ancora più urgente l'attuazione della piattaforma di interventi prioritari per il trasporto merci presentata a settembre ai Parlamentari dell'Emilia-Romagna. La realizzazione di infrastrutture che non richiedono un elevato impegno finanziario pubblico e che valorizzano il partenariato pubblico-privato e il project financing costituirebbe un volano fondamentale per l'economia".

Opere come il Passante nord di Bologna e la Bretella Campogalliano-Sassuolo, risultano inserite nel documento sulle infrastrutture prioritarie per il trasporto merci predisposto dal Tavolo tecnico delle associazioni e del sistema camerale, coordinato da Unioncamere, in collaborazione con l'assessorato regionale alla Mobilità e trasporti. Nel testo vengono analizzati fabbisogni finanziari, vincoli procedurali e stato di avanzamento delle opere infrastrutturali per il trasporto merci contenute nella piattaforma di proposte sottoscritta dal mondo economico.

"Lo sblocco degli interventi infrastrutturali si sposa con la necessità di varare urgentemente una politica anticiclica, per contrastare la recessione", ha detto il segretario generale di Unioncamere Emilia-Romagna, Ugo Girardi. "L'avvio di opere prioritarie, laddove risultano stanziare le

risorse pubbliche e sono state imposte le procedure per la finanza di progetto, può diventare una delle terapie per contrastare una fase negativa dell'economia che non si preannuncia breve".

Per Giovanni Torri, presidente della commissione Trasporti e logistica di Confindustria Emilia-Romagna, "è importante il valore dell'azione congiunta avviata con senso di responsabilità e concretezza. Il lavoro punta a stimolare tutte le forze in campo sulla necessità di decisioni rapide per alcune priorità infrastrutturali dell'Emilia-Romagna che interessano tutto il Paese. È necessario inoltre che lo Stato riconosca la grande potenzialità del project financing."

A nome delle altre associazioni firmatarie, Mauro Giordani, consigliere delegato di Legacoop Emilia-Romagna, ha dichiarato: "La redazione di un testo unitario mette in evidenza la volontà condivisa di mettere le infrastrutture al centro dell'agenda. Dal confronto con la Regione è derivato un documento tecnico che evidenzia i problemi aperti e lo stato delle cose e porta alla piena responsabilizzazione, a tempi e costi certi di realizzazione e gestione delle infrastrutture" ■



Opere pubbliche: indispensabili per la competitività e utile leva in tempo di crisi

Sopra, Mauro Giordani consigliere delegato di Legacoop Emilia-Romagna sotto, con Ugo Girardi e Anna Maria Artoni



Grande successo per la prima edizione della fiera Motorsport Expo Tech

Il mondo delle due ruote si incontra a Modena

Tecnologia, materiali, energia, simulazione e formazione: queste le cinque parole chiave della prima edizione di "Motorsport ExpoTech", la manifestazione che si è tenuta al quartiere fieristico di Modena. Attorno a questi temi si è svolta l'intera mostra-convegno, che ha attirato oltre 6mila visitatori, una fiera internazionale dedicata ai materiali innovativi, alle tecnologie, ai prodotti e ai servizi per il settore motoristico da competizione. Quasi 400 aziende e marchi in esposizione, provenienti da tutta Italia (con l'Emilia-Romagna a fare la

parte del leone), dall'Europa e dagli Stati Uniti, hanno voluto ribadire, anche in questa occasione, lo stato di discreta salute dell'industria automobilistica, che – seppur pesantemente danneggiata dalla crisi economica internazionale – non lascia nulla di intentato pur di tornare ai livelli di produzione, innovazione, ricerca e vendita che le competono.

L'industria del Motorsport muove annualmente un giro d'affari di oltre 3 miliardi di euro. Nessun "big", naturalmente, ha scelto di disertare l'appuntamento di Motorsport ExpoTech: dalle grandi case automobilistiche e motociclistiche – Ferrari, Maserati, Lamborghini, Ducati, Jaguar, Abarth, Bimota, Dallara, Pagani, MV Agusta, Ktm e Lotus – alle maggiori realtà della sub-fornitura e alle aziende leader nelle tecnologie di trasformazione della materia e della lavorazione meccanica, quelle che producono tecnologie per l'engineering e persino le officine meccaniche, le fonderie e le tornerie.

Tecnologia

Tra i vari workshop in agenda a Motorsport, particolare rilievo ha assunto il binomio potenza-guidabilità, base di partenza del progetto Volkswagen, illustrato da Michele Chiodi, del Research Institute of Automotive Engineering. Il progetto ha riguardato l'"irrobustimento" di un Suv, un Volkswagen Touareg, il primo modello a benzina con iniezione diretta a 8 cilindri, un V8 a 4 valvole, mai sfornato prima dall'azienda di Wolfsburg. Il modello – di cui è in produzione anche una versione da strada – sarà protagonista alla prossima "Dakar", in programma dal 3 al 18 gennaio 2009 in Sudamerica, tra Argentina e Cile.

Quanto conti, per il settore, l'innovazione tecnologica costante, lo ha spiegato Matteo De Cesare, del gruppo Magneti Marelli PowerTrain, con sede a Bologna, business line dedicata alla produzione di componentistica e alla progettazione elettronica per la gestione di motori ad alte prestazioni. La case story evidenzia l'impegno nella ricerca tecnologica di una grande azienda come Magneti Marelli, un colosso da 28mila dipendenti, che destina proprio alla ricerca e allo sviluppo il 10.4% del proprio fatturato. Una percentuale elevata, quasi a livelli "tedeschi" (la Bmw arriva al 12%), indispensabile per il miglioramento degli standard di qualità, sinonimo di competitività sul mercato.

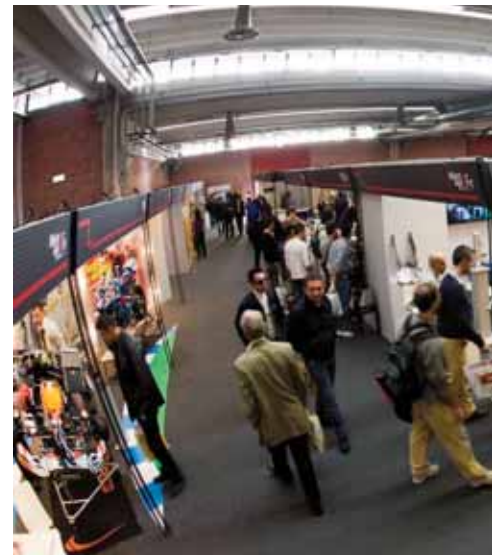
Non solo percentuali, ma anche nuove tecnologie: una delle più interessanti presentate al salone di Modena riguarda il pacco lamellare della Crp Technologies di Modena. Il Windform FX è la nuova tecnologia rapid manufacturing per motori a due tempi, che la Crp sta sperimentando con successo sulle moto della

propria scuderia-racing che partecipa al campionato italiano 125.

Materiali

Uno dei "pezzi da novanta" del Motorsport Expo Tech è stato il telaio in alluminio della nuovissima Ferrari California, prodotto nello stabilimento modenese di una multinazionale all'avanguardia nel settore "spaceframe", Alcoa, da tempo partner industriale di Maranello.

Nuovi materiali anche per la costruzione di pneumatici: la Goodyear – uno dei massimi produttori mondiali – già utilizza per i propri pneumatici il mais tecnologico e, in particolare, un biofiller derivato dall'amido di mais che va a sostituire il nerofumo. Del resto, la battaglia sulle mescole per pneumatici non si combatte più solo ed esclusivamente sul prezzo, con la concorrenza che si è progressivamente spostata sulla qualità: dal 2009 la stessa Unione Europea renderà ufficiali i nuovi parametri (qualità, sicurezza, rumore, ecc) che costringeranno i produttori, per restare sul mercato, a rece-



Tempo di crisi:
un ruolo
ancora maggiore
per innovazione
e tecnologia

pire tecnologie innovative quali fibre miste composite, nuove mescole e polimeri.

Energia

“Il petrolio non è affatto in esaurimento, anzi. Ma la capacità produttiva, con le tecnologie attuali, raggiungerà il picco massimo nel 2012”. Lo ha detto a Modena Nicola Belli, di MaTech – realtà innovativa nel campo dei nuovi materiali e del trasferimento tecnologico, sede a Padova e molti “point” in franchising in tutta Italia – ponendo l’attenzione sul problema-energia e sull’ormai imminente necessità di sperimentare nuove tecnologie da cui ottenere fonti alternative di energia.

“Nei cassetti dei centri di ricerca – ha continuato l’ingegner Belli – ci sono molte idee e molti progetti che attendono soltanto di diventare realtà”. E cita nuove possibili fonti di energia: solare, eolica, biomasse (etanolo, biodiesel, legno, biomasse animali, gas dai compostabili e dalla depurazione delle acque, ecc). Ma è solo “work in progress”: al momento non c’è ancora una vera alternativa al petrolio, e a breve termine le uniche parole d’ordine sono risparmio ed efficienza. Belli ha ricordato, in questo senso, che “la problematica energetica impatterà tutte le aziende” e, a proposito, cita il piano strategico di una grande multinazionale come la Honda, che si è data tre priorità assolute: la qualità dell’aria, la riduzione

dell’impatto climatico e la sostenibilità energetica. Negli Usa è già sul mercato la Honda FCX, nuova auto “eco-elettrica”, alimentata a celle di combustibile a idrogeno, venduta insieme a un kit con generatore di idrogeno domestico, che permetterà di ricaricarla comodamente nel proprio garage di casa: un fattore indispensabile, rispetto alla sicurezza.

Simulazione

Prima di passare alla realtà, prima di percorrere centinaia e migliaia di km in pista e sulla strada, la simulazione offre un valore aggiunto al servizio della progettazione e della tecnologia. Come ha spiegato il direttore tecnico Daniele Bucci, Lapcos è un’azienda – con laboratori a Vignola (Modena) e Bertinoro (Forlì-Cesena) – composta da un gruppo di ingegneri meccanici e aeronautici con specializzazioni verticali e lavora allo sviluppo di 22 aziende clienti offrendo loro servizi indispensabili: dalle simulazioni strutturali dei componenti all’analisi strutturale sui telai, dalle analisi di crash (con svariate tipologie di impatto) alle simulazioni non lineari (anche su materiali superelastici, come gli attrezzi da home-fitness), dalle analisi in campo elastoplastico alle analisi con contatti. E ancora: simulazione Cfd, analisi fluido-dinamiche, progettazione, studi e allestimenti di prove e collaudi sperimentali. Con il supporto di Lapcos, le aziende clienti risparmiano tempo e denaro. Migliorando la qualità.

Formazione

Un ruolo importante, per i futuri ingegneri, lo riveste naturalmente la formazione. La formazione universitaria è fondamentale anche per il settore Motorsport. Lo ha spiegato, in occasione della fiera dedicata alle due ruote, Carlo Massimo Casciola, professore all’università La Sapienza di Roma, presentando il nuovo corso di laurea in Meccanica del veicolo, centrato su materie di studio quali dinamica e aerodinamica del veicolo. Gli sbocchi professionali? Diventare ingegnere di pista, occuparsi delle telemetrie, dell’assetto della vettura, ma anche saper gestire i delicati rap-



IL PROGETTO

Semaforo verde per il Centro guida sicura

Modena scende in pista

L’autodromo di Modena diventa realtà. Anche se non si tratta di una vera e propria pista. Dopo anni di polemiche, è scattato finalmente il semaforo verde per il Centro guida sicura di Marzaglia, che nel corso del 2009 aprirà i battenti proprio nel cuore della “Motor Valley” modenese. I responsabili di Vintage spa, azienda che ne cura la realizzazione, hanno presentato ufficialmente il loro progetto proprio durante “Motorsport Expotech”. L’obiettivo è quello di realizzare il più avanzato circuito di test di tutta Europa.

Il nuovo autodromo – con sei piste speciali a disposizione all’interno dell’anello del circuito – sarà totalmente dedicato alla sicurezza e alla guida sicura, e ambisce a diventare un vero e proprio “Istituto superiore di sicurezza stradale”. Il circuito avrà una larghezza costante di 12 metri, che arriverà fino a 15 metri sul rettilineo.

Oltre ai corsi di guida sicura, tenuti da esperti del volante, ci saranno corsi specifici per ragazzi under 18 (con pista autonoma), per la guida dei mezzi di soccorso (per esempio le ambulanze) e dei mezzi di pronto intervento (per le forze dell’ordine). E persino corsi di guida “ecologica”, dedicati al risparmio energetico. Ma ci saranno pure servizi di uso “quotidiano”: i corsi per i neopatentati e quelli di recupero per riacquistare i punti della patente persi per strada. E non mancherà nemmeno uno spazio tutto dedicato agli appassionati della velocità: anche i privati (e le concessionarie) potranno, infatti, noleggiare il circuito di Marzaglia ed effettuare test cronometrati con le loro auto e per i rispettivi clienti.

Tante le iniziative collaterali che gli organizzatori prevedono di realizzare: esposizioni di auto d’epoca, raduni, fiere ed eventi per attività commerciali legate al mondo dei motori. Un’autentica cittadella della guida sicura, dunque, con, a contorno, il museo dell’automobile, un albergo, sale conferenze, un ristorante, terrazze panoramiche, il bookshop, persino spazi per il wellness. Un progetto ambizioso che potrebbe presto trovare un grande interesse anche da parte di enti pubblici, università, case automobilistiche e aziende del settore. Grazie a tecnologie d’avanguardia, sulle piste si potranno provare situazioni di guida particolare ed estrema, per auto, moto, camion e autobus. Senza mai dimenticare, naturalmente, la parola d’ordine: sicurezza ■



porti con piloti e meccanici: un mestiere appassionante e impegnativo. “E non ci sono solo rose, in questo lavoro”, spiega Carlo Dell’Orto, team manager di una scuderia di Formula Renault. “È un lavoro che tutti gli studenti di ingegneria meccanica e aerospaziale sognano di fare, almeno a parole, ma poi diviene indispensabile una selezione naturale, sul talento e sulle predisposizioni naturali, anche sullo spirito di sacrificio.

Sotto,
Gabriella Gualandi,
responsabile Aster
per i rapporti
con le imprese



Si lavora tanto e spesso con pochissimo tempo a disposizione. I primi tempi sono duri – conclude Dell’Orto – ma chi regge avrà davanti a sé una carriera piena di soddisfazioni”.

Terra di motori

Numerose le aziende emiliano-romagnole, soprattutto medio-piccole, che hanno partecipato a “Motorsport ExpoTech”, alcune delle quali con idee, progetti e prodotti molto innovativi. Tra gli altri, Lafer di Piacenza, centro coating specializzato nei rivestimenti meccanici su utensili, stampi e componenti, che si è aggiudicata il premio “Casco d’Oro” per l’innovazione e la tecnologia. Quindi, su un piano più generale, da segnalare la presenza al Motorsport Expo Tech di “Emilia Romagna, Terra di Motori”, uno spunto per una gita turistica su e giù per la regione, la passione per la meccanica raccontata attraverso 12

collezioni inimitabili: il Museo dell’Automobile (San Martino in Rio, Reggio Emilia), la Collezione Benito Battilani (Imola, Bologna), il Centro Museale Ferruccio Lamborghini (Dosso, Ferrara), Maranello Rosso Musei (San Marino), il Museo Nazionale del Motociclo (Rimini), la Collezione Bruno Nigelli (San Martino in Casola di Monte San Pietro, Bologna), la Collezione Umberto Panini (Modena), la Collezione Parmeggiani (Bologna), la Collezione Vespa Mauro Pascoli (Ravenna), la Collezione Mario Righini (Panzano di Castelfranco, Modena), la Collezione Salsapariglia (Bagnolo in Piano, Reggio Emilia) e il Museo dell’Auto Storica Stanguellini (Modena). E presto ci sarà un altro luogo storico e di culto: il Museo dedicato a Enzo Ferrari e all’automobilismo sportivo, che nel 2011 verrà inaugurato a Modena, di fianco alla casa natale dell’inventore del Cavallino ■

LA STRATEGIA

Aziende e atenei al “cocktail della ricerca” Due mondi a confronto

Per avvicinare ancor di più il mondo della ricerca a quello delle aziende – e viceversa – il Motorsport Expo Tech ha ospitato anche un “cocktail della ricerca”, una nuova formula di convegno organizzata da Cna Produzione

Modena, Aster e Cna Innovazione.

“Sviluppare servizi e progetti comuni è la nostra mission”, ricorda Gabriella Gualandi, responsabile Aster per i rapporti con le imprese. “Promuoviamo la ricerca industriale e, al tempo stesso, una sempre più

stretta collaborazione tra le imprese e le università, nel nostro caso quelle che hanno sede in Emilia-Romagna. E direi che i risultati ci stanno già dando ragione, per un’innovazione produttiva sempre all’avanguardia”.

Sempre più evidenti le tracce di questa

collaborazione tra ricercatori e imprenditori, e parecchi gli esempi eccellenti. Parola di Paolo Di Marco, ordinario di Economia aziendale all’università di Bologna, che è stato chiamato in qualità di moderatore del convegno. Uno degli esempi migliori lo ha illustrato Piero Pelloni, ordinario al dipartimento di Ingegneria dell’università di Bologna: “Qualche tempo fa mi contattò il titolare di una piccola azienda meccanica del Bolognese e quasi mi implorò di dargli una mano, altrimenti la sua impresa sarebbe stata fuori mercato in pochissimo tempo. Io gli posi tre condizioni: l’università non poteva essere una succursale del loro ufficio tecnico, serviva una persona dell’azienda che si occupasse del rapporto con noi e una nostra persona che si occupasse del rapporto con loro. Detto e fatto. Il risultato di questa cooperazione? Tre mesi dopo – conclude Pelloni – l’azienda ha messo sul mercato un nuovo macchinario e si è rilanciata sul mercato”.

“Ma l’università non può intervenire

sempre e comunque – ribatte Franco Cassiani, preside della seconda facoltà di Ingegneria di Forlì, la facoltà più giovane d’Italia, attiva dal 2002 e con un’età media di professori e ricercatori assai più bassa che altrove. “Molte piccole e medie imprese ci chiedono aiuto – racconta Cassiani – ma noi possiamo e vogliamo intervenire solo se il problema è veramente interessante, oserei dire ‘sexy’. A quel punto anche per l’università diventa una sfida, a migliorarsi”.

E l’angolo di osservazione delle aziende? Lo spiega Chris Aylett, presidente di Mia (Motorsport Industry Association). “Per noi la ricerca è fondamentale, vi dedichiamo una larga fetta del nostro fatturato. Nei rapporti con l’università, in Inghilterra, siamo agevolati dalla presenza di molti corsi e master, e lo stesso governo inglese investe parecchio in ricerca e sviluppo. Ma i nostri modelli – conclude Aylett – rimangono sempre la Ferrari e le altre aziende italiane del Motorsport” ■



Pubb

di Silvia Saracino

Al Progameshow di Bologna si accendono i riflettori sul mondo del gioco professionale

Dai classici flipper alla realtà virtuale

Sono circa un centinaio i produttori di macchine da gioco in tutta Italia e di questi il 40% è concentrato in Emilia-Romagna, con una forte presenza nel Bolognese. Una storia emiliana che risale agli anni Settanta - con numerose aziende specializzate nella costruzione di calcio balilla e flipper - e che si evolve fino ai giorni nostri con la produzione di slot machine creando una vera e propria filiera: i costruttori della macchina, i produttori di software, chi fa le gettoniere, chi i pulsanti o monitor e chi distribuisce le macchine nelle sale giochi, bar e casinò.

Quattro aziende su dieci si trovano in Emilia-Romagna. Una storia che risale agli anni Settanta

Al centro, slot machine. In basso nella pagina accanto Fabrizio Alberici

Sul settore si sono accesi i riflettori della quinta edizione di Progameshow, il salone professionale del gioco che si è svolto alla fiera di Bologna. Un'edizione record con 100 espositori e 7.000 visitatori e tutte le ultime novità del settore: sono state presentate in anteprima le ultime nate tra le new slot, le macchine regolamentate dallo Stato che hanno mandato in pensione i vecchi videopoker illegali, e i nuovi skill games, giochi di abilità



a cui si accede tramite internet o corner telematici.

“Si è lavorato per anni - spiega Gennaro Parlato direttore generale di Acmi, Associazione nazionale costruttori macchine da intrattenimento aderente a Unindustria - affinché le macchine da gioco venissero regolamentate ed entrassero a far parte di una rete direttamente controllata dallo Stato. Il risultato che si è in questo modo ottenuto è stato efficace, anche più delle previsioni: sono spariti dalla circolazione i videopoker illegali e, contemporaneamente, il numero dei giocatori non è affatto aumentato ma si è mantenuto costante”. Un chiaro segnale di una tendenza: “Agli italiani piace giocare, dal totocalcio, al lotto, al superenalotto fino, appunto, alle new slot”. Gli ultimi dati di Agipronews parlano chiaro: sono 24,8 milioni gli italiani che giocano almeno una volta all'anno a uno qualsiasi dei giochi pubblici e di questi 9,7 milioni lo fanno almeno una volta alla settimana (il 20% della popolazione). Secondo le prime

proiezioni sul 2007 la raccolta arriverà a 40 miliardi di euro. Guardando all'Emilia-Romagna, la febbre del gioco ha portato 3,3 miliardi di euro tra lotto e superenalotto, bingo, gratta e vinci, scommesse e slot machine; la provincia di Bologna ha il primato con 725 milioni, concentrati soprattutto nel comparto new slot.

Durante Progameshow sono stati assegnati anche numerosi premi alle aziende più virtuose tra cui il riconoscimento “Design” vinto da Professional Games di Rimini: l'azienda, produttrice di slot machine, ha vinto con “Pascià”, innovativo apparecchio dalla linea accattivante caratterizzato dalla comodità dovuta, oltre che alla seduta, al pagamento alla plancia, all'altezza delle mani. L'azienda, che opera da trent'anni, era specializzata inizialmente in videogames e simulatori di guida per sale giochi, poi ha deciso di orientarsi esclusivamente sulle slot machine. “I video giochi e i simulatori hanno avuto un forte calo quando c'è stato l'avvento della playstation che li ha

La raccolta del gioco in Emilia Romagna, dati 2007

| | |
|---------------|------------------|
| Bologna | 725.580 |
| Ferrara | 246.425 |
| Forlì-Cesena | 277.907 |
| Modena | 571.960 |
| Parma | 326.649 |
| Piacenza | 180.848 |
| Ravenna | 244.225 |
| Reggio Emilia | 410.337 |
| Rimini | 296.081 |
| TOTALE | 3.280.012 |

Dati in migliaia di euro, fonte Agipronews

portati direttamente nelle case”, spiega Tiziano Lanzano, uno dei soci dell’azienda. Professional Games è stata la prima in Italia a realizzare roulette automatiche certificate secondo la nuova regolamentazione italiana del 2004 ed è sempre la prima ad aver omologato un black jack multi postazione, che riprende le macchine utilizzate nei casinò (con materiali pregiati come il legno di mogano) e permette il gioco contemporaneamente a tre o cinque giocatori. “Chiuderemo il 2008 con un fatturato uguale allo scorso anno, per via del cambio di normativa che ha modificato le macchine e quindi rallentato la produzione – spiega Lanzano – ma recupereremo nel 2009 con un aumento di fatturato del 200 per cento”.

Si occupa invece di gettoniere la Alberici di Castel San Pietro. Nata nel 1946 come noleggiatrice di biliardini e distributori di sigarette, si è evoluta producendo macchine elettromeccaniche da intrattenimento e dal 1983 ricambi: in particolare gettoniere ma anche pulsanti, sportelli e cassette per le monete. Il core business è la gettoniera elettronica: un distributore di monete all’avanguardia e in grado di riconoscere i soldi falsi. “Progettare e produrre una gettoniera elettronica significa investire in tecnologie e risorse umane”, spiega il presidente Fabrizio Alberici. “Abbiamo al lavoro sei ingegneri elettronici e ci vogliono quattro anni per arrivare a produrre una gettoniera”. Un settore di nicchia, in cui operano nel mondo solo una decina di produttori ■



IL CASO

Il software è stato sviluppato dalla Bakoo di Parma Una slot machine “anti ludopatia”

Una innovativa slot machine che combatte il “mal d’azzardo”, in termini scientifici la ludopatia: per il momento questo tipo di macchina da gioco non è ancora sul mercato ma lo sarà presto grazie al software creato dagli ingegneri della Bakoo di Parma. L’azienda, nata nel 2002 e specializzata in software del settore game, ha presentato la prima “safe slot” del mondo durante l’ultima edizione di Progameshow, il salone professionale del gioco che si è svolto a Bologna. Bakoo, con la collaborazione di medici e psicologi del Sert di Mestre, ha elaborato un programma in grado di mettere un freno a quelli che individua come giocatori patologici. “La nuova slot – spiega Fabio Gatti titolare dell’azienda assieme a Fabio Ramenghi e vicepresidente di Assotrattenimento – confronta alcuni indici di sensibilità con una tabella dei vari tipi di giocatori e individua i comportamenti anomali”.

I sintomi che fanno scattare l’allarme sono diversi: ad esempio puntate con cifre sempre maggiori, la velocità eccessiva con cui si spinge il pulsante, il perseverare nel gioco pur non vincendo nulla. A questo punto parte “una procedura svegliante”, spiegano i tecnici di Bakoo: la macchina interviene con vari passaggi con cui cerca di distogliere il giocatore e fargli capire che il gioco sta diventando pericoloso. Innanzitutto viene cambiata la musicchetta di ogni partita per evitare un effetto ipnotizzante: “L’audio è un fattore accattivante che può contribuire a un attaccamento eccessivo. Basti pensare a come sono rimasti impressi nella memoria di molti i jingle di alcuni giochi degli anni Ottanta”.

In secondo luogo compaiono sul monitor messaggi responsabilizzanti, come “metti in moto il cervello, gioca responsabilmente”, che bloccano la partita per alcuni secondi. Se anche così il giocatore non rallenta il ritmo o, ancora meglio, non fa una pausa, la

macchina inizia a scaricare la vincita automaticamente, anziché accumulare i punti. “Viene interrotta la fase che porta all’addiction, ovvero la rincorsa della vincita a tutti i costi, ed è una modalità attiva per dieci minuti: in questo modo, anche l’amico che gioca dopo troverà la macchina in modalità di protezione e magari rimprovera il giocatore compulsivo per aver innescato il meccanismo”, spiega Gatti.

Il software, ancora in forma di prototipo, può essere applicato a tutte le slot machine e ha fatto vincere a Bakoo, per il secondo anno consecutivo, il premio Fair Play, riconoscimento assegnato all’azienda che valorizza ricerca e creatività, innovazione e responsabilità sociale. “Siamo un team di ingegneri informatici specializzati e vincere questo premio anche quest’anno significa avere un’alta capacità tecnica”, commenta il titolare.

Nel 2007 Bakoo ha raggiunto un fatturato di tre milioni di euro – in aumento del 150% sul 2006 – con più di 15 mila software venduti. “Vogliamo chiudere il 2008 – conclude Gatti – con un fatturato pari a sei milioni di euro, un aumento del 100 per cento” ■



di Roberto Calvi



Azionista della società è un "club" formato dalle più prestigiose aziende emiliano-romagnole

Crit Research, a Vignola il broker dell'innovazione

“ Aiutare le imprese a crescere attraverso la scienza e la tecnologia”. Questa, secondo il direttore Roberto Pelosi, la missione di Crit Research, broker tecnologico specializzato nella gestione dei processi di innovazione. Nata nel 2000 e con sede a

Vignola, Crit Research è una società privata costituita da un 'club' di prestigiose aziende emiliano-romagnole al fine di fruire dei più avanzati strumenti di informazione tecnologica e di creare produttive sinergie interaziendali.

Scopo di Crit Research è fornire un supporto utile alle imprese per l'innovazione e il trasferimento di tecnologia, ponendosi come interfaccia tecnico-scientifica tra l'industria regionale e i centri di ricerca sia locali che globali. Un tutor in grado di affiancare e assistere le imprese fase per fase, dal rilevamento del

bisogno di innovazione fino alla concreta implementazione della tecnologia. “ Crit Research – spiega Luca Ghiaroni, area comunicazione – agisce come un broker: ricerca, analizza, raccoglie ed elabora quante più informazioni possibili su key-player e operatori di diverse aree tecnologiche. Il risultato è una mappa dettagliata, una documentazione preziosa e immediatamente disponibile al management e ai tecnici delle aziende socie o che lo richiedono.”

Costante aggiornamento e ricorso alle tecnologie sembrano essere oggi le vie obbligatorie per le imprese, in un contesto di mercato caratterizzato da competitor sempre più numerosi e agguerriti. Qui nasce la necessità di soggetti come Crit Research, in grado di favorire e agevolare il trasferimento tecnologico a vantaggio delle imprese, svolgendo funzione di rappresentanza nelle relazioni negoziali e operative per l'acquisizione di tecnologia e per l'avvio e lo sviluppo di progetti di ricerca industriale.

“ Si parte studiando il livello di know-how e di tecnologia detenuto dall'azienda – illustra Ghiaroni – e stimando il grado di propensione all'innovazione. I dati ottenuti ci aiutano a delineare il posizionamento tecnologico dell'azien-

I PARTNER

Ecco le ventidue aziende socie:

Beghelli · **Carpigiani** · **Cefla** · **Cineca** · **Cms** · **Cnh** · **Datalogic** · **Ducati Energia** · **Ferrari** · **Fabbri** · **Gd** · **Hydro Control** · **Ima** · **Itm** · **Rossi Motoriduttori** · **Sacmi** · **Saima Avandero** · **Selcom Group** · **System** · **Technogym** · **Tetra Pak** · **Wamgroup**

Dallo "scouting" presso università e centri di ricerca all'uso di database all'avanguardia

da. Da qui, attraverso azioni di scouting presso università e centri di ricerca e tramite l'utilizzo di banche dati specializzate, i nostri analisti sono in grado di fornire al cliente un resoconto dettagliato sullo stato tecnologico di un determinato settore o prodotto, riuscendo a suggerire le soluzioni più adatte alle esigenze di ogni azienda".

Ma l'innovazione tecnologica è tanto necessaria quanto dispendiosa; le imprese devono conoscere e saper cogliere tutte le opportunità di finanziamento pubblico – fondi provenienti dalla Regione, dai Ministeri e dalla Commissione Europea. "Il fund raising – continua Ghiaroni – è di importanza vitale. Oltre alla consulenza strettamente tecnologica Crit Research offre un supporto costante alle aziende per accedere a fonti di finanziamento per la ricerca. E non è tutto: la possibilità di mettere in comune gli obiettivi di più aziende ci permette di lavorare a progetti molto vasti, per cui è spesso più facile ottenere finanziamenti".

È proprio la cooperazione tra imprese l'elemento più caratteristico e più innovativo di Crit Research: si crea un ambiente fortemente collaborativo, in cui le ventidue aziende socie confrontano le esperienze, i risultati ottenuti e condividono i bisogni riguardo a specifici temi organizzativi e tecnologici. Convegni, seminari e tavoli di lavoro come 'pensatoi' in cui le imprese possono dialogare, scambiarsi informazioni e lavorare insieme a vantaggio di tutti, in un clima di collaborazione costruttiva. Marginale la concorrenza tra le aziende socie – si parla di ambiente pre-competitivo – che anzi si trovano stimolate e aperte al confronto.

"La ragione che ci ha spinto ad associarci a Crit Research – conferma Gioacchino Mozzon, direttore Ricerca e Sviluppo di Technogym, uno dei nuovi soci – è quella di avere un regolare confronto con aziende leader di altri settori e condividere best practices nelle diverse aree aziendali".

L'organizzazione e gli strumenti messi a disposizione

L'INTERVISTA

Roberto Pelosi, direttore della società fondata nel 2000

Le nuove frontiere della "coopetition"

“Crit Research è una community tecnica, un club di aziende eccellenti e votate all'innovazione”. Parola di Roberto Pelosi, direttore della società.

Quali sono gli obiettivi di Crit?

“Noi di Crit ci occupiamo di rispondere a due esigenze principali: da un lato, in qualità di broker tecnologico, dobbiamo essere in grado di soddisfare tempestivamente il fabbisogno tecnologico delle imprese socie. Ciò significa fornire puntualmente informazioni e aggiornamenti su applicazioni e competenze tecniche mirate all'introduzione di tecnologia innovativa in azienda. Dall'altro lato, in qualità di ambiente collaborativo, Crit Research ha il compito di creare condizioni di confronto e stimolo per le aziende, con l'obiettivo di identificare e persino anticipare i filoni tecnologici del futuro”.

La collaborazione tra imprese come pilastro della competitività. Spesso si parla di "coopetition".

“La parola significa proprio 'collaborazione in ambiente competitivo.' Perché ci sia coopetition è fondamentale che il vantaggio competitivo guadagnato dalla collaborazione superi lo svantaggio di divide-

re informazioni e risultati con altri soggetti economici di mercato. Naturalmente ciò non si verifica sempre e spesso tali condizioni vengono a crearsi in modo del tutto occasionale o limitato a un determinato obiettivo, come nel caso di joint-venture, co-design, ecc. Crit Research, in questo senso, rappresenta un'anomalia, in quanto la struttura proprietaria partecipata – i ventidue shareholders – rende i rapporti di collaborazioni stabili, continui e duraturi nel tempo”.

Le competenze e il sapere tecnologico come chiavi di sviluppo per le imprese, da acquisire, scambiare e condividere sul mercato: una sorta di "economia della conoscenza".

“Oggi si tende spesso a travisare questo concetto. In senso stretto possiamo dire che la conoscenza, quando si traduce in applicazioni tecnologiche di prodotto e processo, diventa vantaggio competitivo. In questo senso si può parlare di una dinamica economica generata dalla gestione finalizzata della conoscenza di base. A un livello più ampio, invece, si vanno a disegnare le dinamiche complesse generate – 'pulled' – da questo fenomeno. Ecco che la conoscenza coinvolge e muove il delicato processo dell'educazione e della formazione, determina la riconversione industriale di territori e nazioni – si pensi al caso della Finlandia – fino a proporsi come unica via per fronteggiare la tremenda sfida posta dai grandi temi ecologici e demografici. È in tal modo che la conoscenza si qualifica come forza abilitante e determinante il futuro assetto della nostra società” ■

Il direttore
di CRIT Research
Roberto Pelosi



“favoriscono momenti di discussione che aiutano un’azienda a crescere e individuare nuove applicazioni tecnologiche.

La nostra speranza e il nostro impegno – continua Mozzon – sono quelli di ottenere il massimo output da questa esperienza, promuovendo iniziative all’interno del consorzio e coinvolgendo i soci”. Questa realtà, fatta di collaborazione inter-aziendale e di integrazione tra sistema delle imprese e centri tecnologici, si propone dunque come un nuovo motore per lo sviluppo dell’intero sistema pro-

duktivo regionale, ormai distante dal ‘modello emiliano’ degli anni ottanta. Un sistema dinamico, aperto e pronto al cambiamento, deciso a impiegare tutte le risorse disponibili – in termini di conoscenza e innovazione – per affrontare con successo i nuovi scenari della competizione globale.

Capacità di innovare e volontà di intraprendere si confermano come tratti distintivi delle imprese emiliano-romagnole, veri punti di forza che hanno contribuito a rendere l’Emilia-Romagna una delle regioni più ricche d’Europa ■



Nella foto la sede della Rossi Motoriduttori

IL CASO

Parla Valerio Parrucci di Cefla, tra i nuovi soci del “club”

“Essere parte di Crit Research significa potersi confrontare con le eccellenze”

Cefla, azienda multibusiness operante a livello mondiale con sede a Imola, è tra i nuovi soci di Crit Research. Questi i motivi alla base della scelta di Cefla, secondo Valerio Parrucci, ex direttore generale del Gruppo, oggi responsabile di progetti di sviluppo e strategie di business.

Quali vantaggi avete messo in conto entrando a far parte di Crit Research?

“Il Crit raggruppa le imprese più innovative dell’Emilia-Romagna. Ciascuna di queste ha adottato best practices – buone pratiche di innovazione – nei propri specifici settori, che sono di assoluta eccellenza. Essere parte di Crit Research significa potersi confrontare con tali eccellenze e avere l’opportunità preziosa di misurarsi e definire nuovi riferimenti per i nostri standard in ciascuna area”.

Tra i vari servizi offerti, quali sono i più utili per Cefla?

“Il brokeraggio tecnologico è quello da cui ci aspettiamo di più. Scouting e monitoraggio tecnologico sono senza dubbio i servizi più funzionali al business dell’azienda. In particolare, nell’area dello scouting per Cefla sono di assoluta rilevanza le relazioni e i rapporti di collaborazione con le università, i laboratori e i centri di ricerca presenti sul territorio regionale”.

Concretamente, in quali progetti siete già coinvolti, all’interno di Crit?

“Cefla è entrata nell’ambito di Crit Research nella primavera scorsa e fin dal nostro ingresso ci siamo resi disponibili a ospitare il meeting dei direttori tecnici

Crit. Questa prima esperienza ci ha dimostrato il valore del confronto e del dialogo, sia in situazioni formali riguardanti argomenti e settori specifici, sia a livello più informale, per condividere quel bagaglio di esperienze che i manager accumulano affrontando ogni giorno i temi della competizione globale. Il network creato da Crit offre l’opportunità a ciascun associato di valutare in modo più preciso, quindi di capire meglio, il proprio posizionamento rispetto ai best performer, grazie anche al supporto di altri manager che hanno maturato esperienze in settori contigui, ma non concorrenziali. Noi di Cefla ci siamo resi conto che determinate situazioni e soluzioni hanno una valenza che supera i confini della propria azienda”.

Qual è, al momento, il livello di collaborazione con le altre aziende socie?

“Siamo ancora alle fasi iniziali, ma possiamo dire di aver già individuato alcuni primi temi di ricerca per i quali contiamo di mettere presto in comune le nostre competenze con gli altri associati”.

Essere parte di Crit Research, modificherà l’organizzazione del lavoro nella vostra azienda?

“È ancora troppo presto per poter dare una risposta precisa. Tuttavia siamo fermamente convinti che questa partecipazione e la collaborazione con i soci darà un contributo forte a migliorare la cultura aziendale e offrirà ai nostri manager l’opportunità di sentirsi parte di un network che condivide l’orgoglio dei grandi successi conseguiti a livello mondiale” ■

A Ravenna il primo Autogrill sostenibile

Battezzata "Ecogrill", la struttura consentirà un significativo abbattimento dei costi ambientali

di Alberto Nico

Nascerà alle porte di Ravenna la prima stazione di servizio completamente ecosostenibile di Autogrill. Detta così sembra una novità di poco conto, l'ennesima "eco-innovazione", buona più per un ritorno d'immagine che altro a favore del gruppo italiano, leader mondiale nella ristorazione viaggiante. Ma non è così: la nuova area di servizio consentirà abbattimenti molto significativi nei costi ambientali sia di funzionamento che di mantenimento della struttura. Alcuni esempi? Eccoli: una riduzione del 65% dell'anidride carbonica scaricata in atmosfera per la realizzazione, 60% in meno dell'energia utilizzata, riduzione del 40% di consumi idrici e del 35% nei costi d'esercizio, una diminuzione del 25% nei costi di climatizzazione.

Tra gli accorgimenti per il risparmio energetico, un posto d'onore per le "biomasse"

Tutto questo è possibile anche grazie a un isolamento termico quasi perfetto della struttura nei confronti dell'esterno. Ecogrill infatti si presenta da lontano come una collinetta d'erba, che i bambini in viaggio potranno scambiare per la casa verde dei Teletubbies, gli eco-cartoons della BBC.

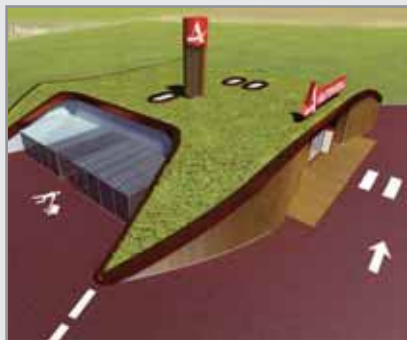
La copertura erbosa riveste la parte superiore della struttura, lasciando libere le parti laterali da cui si aprono grandi vetrate, garantendo così un'omogeneità visiva con la campagna circostante. Ma anche - come si legge nel progetto a cura dello studio milanese Totaltools dell'architetto Giulio Ceppi - fornendo "un isolamento

termico aggiuntivo, impermeabilizzazione, la riduzione della diffusione sonora al suo interno, il trattenimento delle polveri".

Ma le vere risorse energetiche di Ecogrill arrivano dal sottoterra e dai materiali con cui è stata costruita la struttura portante. Dal sottoterra perché una serie di sonde vanno a "pescare" a 150 metri di profondità sia il calore naturale terrestre (quando è inverno) che il fresco (quando è estate), a un livello dove tutto l'anno ci sono circa 14-15 gradi. La temperatura ideale interno all'edificio è poi mantenuta grazie al polistirene espanso, che in blocchi è stato utilizzato per formare il volume della collina ricoperta dal manto erboso. Particolare attenzione è stata prestata anche nell'illuminazione, sfruttando quanto più possibile la luce naturale grazie a un particolare sistema a sensori che ne permette la sua regolazione, o grazie all'installazione nella zone vendite di lampade a basso consumo dotate di Led. Tutti gli arredi interni, i rivestimenti e i materiali utilizzati sono amici dell'ambiente. Come le resine naturali della sala d'entrata, così come altamente ecosostenibili sono la maggior parte delle finiture interne.

Ecogrill verrà inaugurato entro fine anno in località Mensa, vicino all'A14 e in corrispondenza dello svincolo tra la statale 3 Bis, le E45 ed E55. L'amministratore delegato del gruppo Autogrill, Gianmario Tondato de Ruos, ha così spiegato all'Ansa come è nata l'idea di Ecogrill: "Si tratterà di un prototipo che darà il via a una nuova idea di Autogrill in quanto è realizzato con materiali innovativi che consentono di abbattere i consumi energetici". "Sono oltre quattro anni che Autogrill ha puntato sull'ambiente - ha aggiunto - perchè ormai è sempre più chiaro il rapporto tra profitti e sostenibilità, due elementi che vanno nella stessa direzione".

La nuova eco-stazione ravennate è una delle prime iniziative realizzate di Afuture, un progetto del gruppo destinato a rivoluzionare le principali caratteristiche degli store Autogrill, dalle strutture contenitori fino all'offerta stessa di prodotti e servizi di ristorazione ■



di Giuseppe Sangiorgi

La kermesse si conferma come punto di riferimento per gli appassionati del "cibo degli dei"

Cioccoshow, la magia del cioccolato

Bologna "la ghiotta" si candida sempre più a diventare capitale del turismo del cioccolato di qualità. Il "cibo degli dei" fa sempre più tendenza come dimostrano i numeri della kermesse Cioccoshow, dedicata al cacao, promossa da Cna Bologna, associazione dei maestri cioccolatieri CiocchinBò insieme a Coldiretti e camera di commercio di Bologna, che in questi quattro anni è diventata un importante punto di riferimento tra gli operatori del settore e gli appassionati del prodotto.

Dal 19 al 23 novembre, nella "cittadella del cioccolato" creata tra le piazze Maggiore e Galvani e

la via degli Orefici, sono stati oltre 250mila i visitatori degli stand delle aziende presenti, provenienti da tutta Italia e continua l'affluenza di pubblico nel laboratorio artigianale allestito in piazza Re Enzo, dove si sono alternati i migliori professionisti italiani e stranieri del settore in vere e proprie performance.

"La scelta di Cioccoshow di radicarsi a Bologna - spiega Guido Gennari di Bf Servizi, controllata di Bologna Fiere, che ha organizzato l'evento - ha motivazioni forti e precise. Capi-

tale indiscussa della gastronomia, la città capoluogo dell'Emilia-Romagna vanta anche un'antica tradizione nella lavorazione artigianale del cioccolato: ne sono testimoni le diverse realtà imprenditoriali di alta qualità sparse sul territorio provinciale. Cioccoshow - prosegue Gennari - ha ottenuto il patrocinio della Regione Emilia-Romagna, dopo quelli di Provincia e Comune di Bologna, a dimostrazione della fiducia da parte delle istituzioni per questa iniziativa che promuove la città, sviluppandone inoltre l'offerta turistica". In collaborazione con Bologna Incoming sono state organizzate gite culturali, visite a musei, tour di edifici storici della città, oltre agli immancabili percorsi enogastronomici che si contraddistinguono per i prodotti tipici e tradizionali di alta qualità, inseriti in una cornice di attrattive paesaggistiche, storiche e artistiche, confermando l'importanza della manifestazione quale forte elemento di marketing territoriale.

Dal 2005 al 2008 i visitatori sono passati da 80mila a 250mila: gli stessi dell'anno passato quando si temeva un calo a causa della crisi e del calo dei consumi. Le aziende sono passate da 70 del primo anno a 120 di questa edizione, di cui ben il 36% provenienti dall'Emilia-Romagna, ma anche da Piemonte e Toscana, distretti produttivi del cioccolato universalmente riconosciuti.

Dunque mentre in regione si moltiplicano iniziative del genere (come Art & Ciocc prima a Sassuolo e poi a Ravenna solo per citarne una) e tutte di successo crescente, Cioccoshow si è confermato il più importante appuntamento italiano di promozione del cioccolato artigianale, con una duplice veste: commerciale da una parte, con gli stand carichi di leccornie per soddisfare estimatori e appassionati; culturale per l'aspetto divulgativo degli eventi collate-



rali, come "Callebaut" dedicato esclusivamente ai professionisti cioccolatieri del Belgio. Quasi 300 i quintali di cioccolato degustati e venduti. Trecento bambini delle scuole primarie della regione hanno frequentato i laboratori artigianali della cioccolata e del gelato. Centocinquanta gli appassionati della cioccolata che hanno partecipato alle degustazioni in programma, con il cioccolato proposto in abbinamenti classici (vini, distillati, liquori) ma anche stravaganti come la cipolla.

Dice Giorgio Zanlari della Parma Xoco Art, vero cultore del cioccolato che va a scovare i migliori cacao nel mondo per poi creare nel suo laboratorio di Parma fino ad 80 tipi di tavolette "Quello che distingue il Cioccoshow rispetto ad altre grandi manifestazioni nazionali più antiche, è proprio la grandissima presenza di artigiani che possono regalare esperienze sensoriali straordinarie, creando con la fantasia quelle novità che il pubblico chiede con abbinamenti particolari". La prossima edizione, prevista dal 18 al 22 novembre 2009, celebrerà il primo lustro di Cioccoshow con grandi novità, come la presenza di maestri cioccolatieri francesi e austriaci e una formula rinnovata ■

Protagonista, ancora una volta, la produzione artigianale di alta qualità



Pubb

di Antonella Cardone

Un volume per riprendere un'esperienza molto significativa per gli imprenditori di oggi

Etica e produzione

La parola a Olivetti

Adriano Olivetti, nel dopoguerra leader mondiale nel settore delle macchine da scrivere, può insegnare ancora molto agli imprenditori di oggi. Lo stile aziendale olivettiano della creazione di una leadership autorevole, la valorizzazione delle risorse umane all'interno di un lavoro di squadra, la necessità di una forte comunicazione di marchio aziendale, il fecondo rapporto fra azienda e cultura e infine il "ruolo sociale dell'impresa" mediante il rispetto di valori etici: sono tutti temi di un dibattito che è sempre di grande attualità.

Una "terza via"
tra liberalismo
e socialismo
per un'economia
fondata sull'uomo

Dell'argomento si è discusso a Imola, nel bolognese, per l'"Olivetti day" voluto dall'associazione culturale Città dell'Uomo. Nell'occasione è stato presentato il libro "Quattro anni con Olivetti", a cura del consulente in comunicazione Antonio Castronuovo e del critico e saggista Mauro Casadio Farolfi,

editrice La Mandragora. Il volume, che si avvale di importanti contributi, come quelli del presidente nazionale di Legacoop Giuliano Poletti, del sociologo Franco Ferrarotti, degli architetti Gae Aulenti e Giuseppe Campos Venuti e del politico e professore universitario Vittorio Prodi, contiene gli atti dei convegni dedicati all'imprenditore di Ivrea organizzati dall'associazione tra il 2004 e il 2007 e una serie di interviste con alcuni industriali italiani, tra cui Marco Roveda, Stefano Venturi, Romano Volta, Ludovico Acerbis, Alfonso Guzzini e Marino Golinelli.

Il progetto di Città Nuova si rivolge a più pubblici, sia imprenditoriali che scolastici, per far emergere le affinità dell'esperienza cooperativa imolese, quella basca di Mondragon e l'attualità del pensiero e dell'opera svolta da Adriano Olivetti (1901-1960), grande industriale la cui mente era affollata di progetti, che intese l'azienda come centro di una comunità che saldasse uomini, lavoro e cultura.

La sua principale aspirazione fu quella di sperimentare il connubio tra etica e produzione. Per giungervi

fondò un modello industriale che al lavoro affiancò servizi socio-assistenziali e il varo di una rivista e di un movimento politico promossi sotto la stessa insegna: "Comunità".

L'esperienza di Olivetti, spiegano i due curatori del libro, ebbe anche un altro enorme merito: mirò a valorizzare le competenze culturali dei tanti storici, sociologi, urbanisti ed esperti del design che trovarono nell'azienda una sorta di fucina in cui forgiare le proprie idee. Attorno a Olivetti crebbe in tal modo un'intera generazione di uomini che hanno poi caratterizzato il terreno culturale dell'Italia repubblicana; una generazione tutt'ora vivente e molto attiva. L'impianto ideologico che sorreggeva il progetto olivettiano era quello di fondare una "terza via" tra liberalismo e socialismo di stato, per conservare le linfe migliori dei modelli economici già sperimentati e allo stesso tempo preservare sia il liberalismo e che il socialismo, coniugandoli in uno stampo aziendale al cui centro ci fosse l'uomo.

Olivetti dimostrò che il capitalismo non è "cattivo" in sé, ma possiede potenzialità innovative che possono essere efficacemente saggiate. Il capitalismo però è "cieco" e deve essere incanalato in una direzione accettabile. L'ideazione di quel tragitto e la sua attuazione pratica li reputava movimenti di squisita natura "politica". E l'idea olivettiana fu idea politica nel senso pieno del termine: rivolta cioè alla "polis", alla "comunità" cui egli intendeva fornire un centro forte: l'azienda.

Quella olivettiana fu un'utopia olistica che intese abbracciare ogni aspetto dell'esistenza: la vita del lavoratore, la sua cultura, il suo benessere. In ciò, ritengono gli esponenti dell'associazione Città Nuova, l'olivettismo ha ancora qualcosa da insegnare, anche al mondo cooperativo ■



Adriano Olivetti durante un'assemblea sindacale



Pubb



La multinazionale europea ha a Forlì uno dei due poli italiani di eccellenza

Colture di qualità Garantisce Kws

Risultati importanti per Kws, gruppo europeo nato in Germania nel 1856, leader mondiale nella selezione, produzione e commercializzazione di semi per l'agricoltura. Nel 2008 il gruppo si è collocato al secondo posto in Europa per le vendite di mais raggiungendo un fatturato globale di circa 600 milioni di euro.

Un risultato a cui ha contribuito in maniera decisiva Kws Italia che, nelle due sedi di Forlì (impianto produzione barbabietola più grande d'Europa) e di Monselice, svolge attività di ricerca, produzione, commercializzazione

delle principali colture industriali (mais, bietola, segale, colza e sorgo per bioenergia).

Nata nel 1955, Kws Italia con un fatturato di oltre 30 milioni di euro e un trend in crescita negli ultimi anni, ha un ruolo determinante nella produzione di sementi, in particolare barbabietola da zucchero e segale.

“La produzione di seme certificato di barbabietola – afferma Antonio Tattini, amministratore delegato di Kws Italia – si aggira sui 25mila quintali all'anno, pari al 70% del seme di barbabietola venduto dal gruppo nel mondo. Se poi si considera che Kws è leader mondiale nella vendita di seme di barbabietola con oltre il 35% del mercato, allora si può avere un'idea dell'importanza che la sede italiana riveste all'interno del gruppo. Un altro punto di forza – continua Tattini – è la produzione di seme base di segale ibrida che, con 18mila quintali l'anno, copre il 100% del fabbisogno del gruppo”.

Se la sede operativa è a Forlì, la produzione di Kws Italia si estende in un'area che comprende le province di Bologna, Forlì, Ravenna, Ferrara. Soltanto per la barbabietola si parla di circa 1.000 ettari di moltiplicazione, a cui si aggiungono 500 ettari di segale per un totale di 520 coltivatori. E d'altra parte, proprio la stretta cooperazione tra Kws Italia e i coltivatori rappresenta uno dei punti di forza

dell'azienda di Forlì. Le favorevoli condizioni pedo-climatiche con disponibilità di acqua per l'irrigazione fanno del territorio emiliano romagnolo una situazione ottimale per lo sviluppo vegetativo delle colture da seme. Alla vocazione della zona – afferma Tattini – si aggiunge anche l'elevata professionalità degli agricoltori. È giusto dire che senza gli agricoltori, non esisteremmo”.

Un altro punto di forza del gruppo in generale e di Kws Italia, in particolare, è la continua attenzione alla ricerca. A livello di gruppo l'investimento è di circa 65 milioni di euro l'anno, pari al 15% del fatturato, di cui il 15% per le biotecnologie. “Esiste un collegamento stretto fra la selezione delle piante e i risultati in campo – afferma Leopoldo Nurti, manager di Agroservice Sud Europa che ha sede a Monselice – alla base del nostro lavoro di ricerca, vi è la selezione convenzionale, che viene supportata in misura sempre più crescente da metodologie innovative come la Marker Assisted

Nel 2008 seconda a livello europeo nel business della produzione di sementi certificate

Selection, allo scopo di trovare nuovi ibridi più resistenti alle malattie e ai parassiti che possano garantire rese qualitative e quantitative superiori”.

Innovazione quindi ma anche tradizione e rispetto per l'ambiente. “Kws Italia – spiega l'amministratore delegato – utilizza metodi tradizionali che al momento non comprendono investimenti sulla ricerca nel settore Ogm. Si lavora sulla selezione e la creazione di ibridi composti dall'unione di una linea impollinante e una linea sterile. Entrando nel particolare, nella produzione delle varietà ibride si utilizzano componenti femminili per la maggior parte maschio-sterili, che vengono incrociate con piante impollinanti. A fine ciclo vengono raccolte solo le piante femmine (madri), mentre gli impollinatori vengono distrutti prima della raccolta. La creazione di varietà ibride consente di raggiungere un miglioramento della varietà con conseguente effetto 'eterosi' che produce un aumento

del 30-40% della produttività. Uno dei metodi utilizzati è, ad esempio, la selezione massale che si basa sull'isolamento delle piante migliori e sulla loro moltiplicazione”.

Lo scopo principale in ogni caso è di raggiungere alte rese produttive, creare piante resistenti contro le malattie e i parassiti senza dimenticare mai la qualità. “Il nostro obiettivo – sottolinea Tattini – è di produrre eccellenza nel rispetto delle regole ambientali”. Non a caso da diversi anni Kws ha immesso sul mercato anche le sementi biologiche che hanno preso piede rapidamente. “Oggi – afferma l'amministratore delegato di Kws Italia – la produzione di seme biologico rappresenta il 3-4% della produzione totale. Una risposta necessaria alla richiesta del mercato italiano e europeo. Sono infatti prevalentemente europei i clienti che vengono a trovarci a Forlì”. Nella sede romagnola è collocato anche il reparto vendita e marketing per il Sud Europa che si

occupa di tutto il bacino del Mediterraneo così come il centro logistico per la stessa area. La rete commerciale della Kws Italia conta circa 40 tecnici commerciali, consulenti, a cui si aggiungono 66 dipendenti e 70 lavoratori a tempo determinato sulle attività di produzione ■



OBIETTIVI

Un settore centrale, nei progetti di sviluppo dell'azienda forlivese **Bioenergie, il futuro dell'agricoltura**

Tra gli scenari del futuro per l'agricoltura in generale e per i produttori di sementi in particolare, c'è senza dubbio la produzione di piante per la generazione di bioenergie. Uno scenario che a dire il vero non è tanto di là da venire. Non è una novità che intere aree siano state convertite a questo tipo di coltivazioni a scapito della produzione di piante alimentari, con la conseguente preoccupazione per l'ulteriore possibile impoverimento di alcune popolazioni. L'aumento del prezzo dei cereali ha poi contribuito a diffondere l'allarme. Allarme temporaneamente rientrato, almeno in parte, in seguito al ritorno dei prezzi ai livelli del 2006. “Non credo sia giusto fare dell'allarmismo”, afferma Antonio Tattini, amministratore delegato di Kws Italia. “Prima di parlare di mancanza di prodotto, sarebbe opportuno analizzare la speculazione che viene fatta sulle materie prime alimentari. Se, ad esempio, il prezzo del mais è tornato a livello del

2006 vorrà dire che siamo di fronte a un falso problema e non alla riduzione della produzione alimentare. D'altra parte le aziende producono quello che il mercato richiede. Forniamo dei servizi, non siamo noi a influenzare il mercato”.

Per questo motivo, sulle piante per le bioenergie Kws sta puntando fortemente l'attenzione. Nell'ultimo periodo ha messo a punto diversi prodotti specifici per la biomassa: il mais Lucatoni Fao 400, il girasole Methasol, il sorgo Silage King. “Kws Italia – spiega Tattini – ha messo a punto programmi specifici di ricerca. I primi progetti sono partiti circa tre anni fa e oggi abbiamo le prime varietà iscritte per il mais, la colza, il sorgo. In realtà una varietà di sorgo dovrebbe entrare in produzione a breve. Attualmente circa sei coltivatori nel territorio di Forlì stanno ultimando il secondo anno di prova”.

D'altra parte oggi l'intero gruppo sta inve-

stendo molto sulle piante da bioenergie. Nello specifico il mais e le altre specie vengono adattate alla produzione di bioetanolo e di biogas, la colza invece viene utilizzata per il biodiesel. In particolare nel biogas l'obiettivo è l'incremento delle rese unitarie di metano utilizzando piante intere (trinciati) piuttosto che parti delle stesse (granella, radici). Per questo motivo Kws sta sviluppando semi idonei a rotazioni colturali in modo da favorire la coltivazione di più specie in successione e di piante resistenti anche in ambienti difficili. In tale contesto il mais rimane la coltura di riferimento e considerando le previsioni sia a livello alimentare, sia per quel che riguarda le bioenergie, la prossima stagione avrà risultati positivi. “Il nuovo raccolto sta dando grandi soddisfazioni – afferma Giuseppe Carli, direttore commerciale Kws Italia – le produzioni sono superiori alla scorsa campagna in tutti gli areali” ■

di Enrico Vincenzi

La cooperativa forlivese di servizi è all'avanguardia nel campo dell'ecologia urbana

La Formula giusta per ripulire le città

Il valore di abitare e vivere in un ambiente pulito, è ancora più importante quando si parla di una città, di una piazza, dei palazzi e dei monumenti che testimoniano la storia e l'identità di un luogo. È questa la ragione principale che ha portato il settore tecnico di Formula Servizi (cooperativa forlivese che ha un'esperienza più che trentennale nell'ambito delle pulizie civili, sanitarie e industriali) a studiare soluzioni efficaci ed ecologiche per servire al meglio le nuove esigenze manifestate dai clienti pubblici e privati e sotto gli occhi di

Tecnologia e professionalità per accrescere la qualità del vivere urbano

tutti. Alle più tradizionali pulizie degli ambienti, si uniscono così il lavaggio delle pavimentazioni, dei muri, dei monumenti, delle pensiline, dei cassonetti e più in generale degli arredi delle città, spesso avvolti dallo sporco, soffocati dall'inquinamento o imbrattati per inciviltà.



“Formula Servizi – spiega il direttore Graziano Rinaldini – ha avviato un vero e proprio programma articolato su alcuni punti. Si parla di pulizia delle superfici pavimentate, di rimozione dei residui di chewing-gum, alla pulizia

dei muri, al lavaggio dei cassonetti, tutto con il solo uso di acqua. Formula Servizi ha partecipato al progetto ‘Roma decoro urbano’ per la pulizia di piazza del Campidoglio alla presenza della soprintendenza. La pulizia sotto la statua di Marco Aurelio ha prestato l'immagine alla campagna di comunicazione Lavoro per una città pulita”.

La pulizia delle superfici pavimentate avviene eseguendo un lavaggio con l'uso esclusivo di acqua calda ad alta pressione senza fare ricorso ad alcun agente chimico. La temperatura dell'acqua agisce sullo sporco depositato, mentre la pressione esercita un'azione meccanica assicurando una pulizia capillare di tutta la superficie. La pressione di uscita dell'acqua viene regolata in funzione delle caratteristiche fisiche dei materiali da pulire, la loro durezza e quindi la resistenza all'usura. La rimozione del chewing-gum si

LE CIFRE

Nata nel 1975, conta oggi 914 soci
Da un'idea di nove donne

Formula Servizi è una cooperativa di produzione lavoro, nata nel 1975 a Forlì (dove ha tuttora sede legale) con il nome di “Pulix Coop”, per iniziativa di nove donne fondatrici. Nel 2001 è diventata Formula Servizi Società Cooperativa. Conta oggi 914 soci e 860 dipendenti. Tra i servizi che offre: la pulizia e la sanificazione di ambienti civili, industriali e sanitari, pulizia di pavimentazioni eterne, monumenti e igiene

ambientale, oltre alla logistica industriale e sanitaria e i servizi alla persona. Il 60% dei propri clienti sono enti pubblici e il 40% soggetti privati. La peculiarità di Formula Servizi è insita nella sua ragione sociale di cooperativa che non fa unicamente riferimento agli indicatori economici nell'esercizio della propria attività, ma si attiene a un preciso sistema di valori che alimenta nella relazione con i propri interlocutori ■

effettua per mezzo di una lancia che eroga vapore ad alta pressione. L'azione viene localizzata sulla superficie da trattare. Questa fase precede la pulizia generale della pavimentazione.

La pulizia dei muri e delle pareti di palazzi e sottopassaggi stradali imbrattati da graffiti o anneriti dallo smog, si realizza attraverso l'applicazione delle tecniche ecologiche dell'idrolavaggio e dell'idrosabbatura.

Quest'ultima, in funzione della durezza della superficie da pulire, viene eseguita con l'ausilio di sabbia di quarzo oppure di microframmenti di legno o derivati. Il legno e i suoi derivati esercitano infatti un'azione non aggressiva sulla superficie da trattare, risultando la soluzione più consona per la pulizia di manufatti di particolare rilievo storico o valore artistico. Infine il lavaggio cassonetti. Tra gli accessori che compongono l'allestimento degli automezzi per il servizio di pulizia della città, ci sono anche lance e ugelli rotativi di portata diversa per la rimozione degli sporchi più ostinati, efficaci per la pulizia dei cassonetti di ogni modello sia a bidone che a campana. La temperatura dell'acqua, unita alla combinazione "portata-pressione di esercizio" consentono una perfetta pulizia senza l'aggiunta di additivi o prodotti chimici ■



IL PERSONAGGIO

Incarico bolognese per il patron di Formula **Il Cns sceglie Rinaldini**

Il direttore generale di Formula Servizi, Graziano Rinaldini, 51 anni, è stato da poco nominato presidente del Consorzio Nazionale Servizi che ha sede legale a Bologna e uffici in tutte le regioni italiane. Il manager forlivese, una lunga e consolidata esperienza in ambito cooperativo, è da oltre 16 anni alla guida di Formula Servizi, dapprima come presidente e dal 2007 come direttore generale, responsabilità che continua a ricoprire insieme al nuovo ruolo nazionale.

Con la nomina, Rinaldini è stato chiamato alla guida della cooperativa di secondo grado che riunisce le più importanti imprese di settore italiane nei servizi, con un fatturato di oltre 500 milioni di euro e più di 230 aziende aderenti. Il compito di Cns è di acquisire appalti e commesse per conto delle realtà socie, a cui vengono poi affidati in esecuzione i lavori: pulizie, ecologia, manutenzione, facility, logistica e servizi alla persona. I clienti sono suddivisi tra enti pubblici, industria e terziario. L'incarico a Rinaldini conferma un percorso professionale di eccellenza compiuto da Formula Servizi, il cui successo imprenditoriale, testimoniato da diversi riconoscimenti (ultimi in ordine di tempo i Premi Impresa Ambiente e Unioncamere per la Responsabilità Sociale) si basa su elementi come innovazione di processo e di metodologie organizzative, ammodernamento delle attrezzature, attenzione alle tecnologie e al contenimento degli effetti delle proprie attività sull'am-

biente. Nel corso di oltre 30 anni di attività, Formula Servizi ha posto sempre, quale condizione indispensabile allo sviluppo aziendale, la valorizzazione del proprio capitale umano. In questa direzione, le iniziative promosse sono state tante e tese ad elevare gli standard di qualità del lavoro, primi tra tutti la sicurezza, la salute e il benessere delle persone. In cooperativa le donne rappresentano l'85% della forza lavoro, è stata questa la motivazione principale per cui nel tempo sono state messe a punto azioni mirate e buone pratiche per conciliare al meglio i tempi di vita e di lavoro di socie, soci e dipendenti. Tra queste si iscrivono l'esperienza del job sharing, un impegno condiviso con un gruppo di colleghi, la riorganizzazione della produzione per aree geografiche, per avvicinare domicilio di residenza dei lavoratori e luogo di lavoro e l'applicazione del telelavoro ■



Pubb

Tecnologie su misura per la crescita aziendale

Il business moderno richiede forte attenzione agli strumenti informatici per mantenere produttività e competitività. In Emilia-Romagna si segnalano realtà di eccellenza per l'elaborazione di software, programmi gestionali e applicativi, prodotti specializzati sul web e vendita personalizzata

Secundo dati di Assinform (associazione italiana per l'information technology), il 2008 si chiuderà con un giro di affari pari a 20,4 miliardi ed un incremento dell'1,1% rispetto al 2007 che aveva segnato un + 2,2%. Il rallentamento della crescita è dovuto al calo della domanda di hardware, mentre prosegue il trend positivo degli investimenti nel settore software che, con ricavi per 4,4 miliardi di euro, raggiungerà un + 3,3 % (nel 2007 era stato +3,2%) e nei servizi informatici che fatturano 9,3 miliardi di euro e mostrano una crescita dello 0,2 %.

Dall'indagine Assinform, si rileva che i protagonisti degli investimenti sono le piccole e medie imprese. L'analisi dimostra come i nuovi modelli di business spingano le aziende a dotarsi sempre più di mezzi informatici per rimanere competitivi. Per le imprese, infatti, è fondamentale poter gestire programmi ed applicativi che permettano di cogliere obiettivi di produttività. Anche in Emilia-Romagna il settore Ict presenta numerose aziende specializzate che riescono a coniugare efficienza e sicurezza al servizio del cliente.

QCall e sviluppo it-tlc: dove batte il cuore di Eos

È il 1986: il mondo dell'informatica bolognese si arricchisce grazie alla nascita di EOS, una realtà imprenditoriale il cui nome, ispirato alla dea dell'Aurora che preannuncia la venuta del nuovo giorno, esprime la sua essenza: per i fondatori di EOS, il nuovo giorno può essere annunciato solo con una piena disponibilità alle innovazioni dell'Information Technology, sperimentandole al proprio interno per proporsi al cliente in una dinamica di ascolto e dialogo.

Capacità e volontà di ascoltare le richieste dei clienti e di analizzare assieme ad essi la realtà aziendale: su queste basi, EOS cresce negli anni mettendosi sempre alla prova nell'offrire i propri servizi di progettazione, consulenza, integrazione dei sistemi e formazione, per comprendere con efficacia le più disparate esigenze espresse da clienti molto diversi tra loro e realizzare così soluzioni personalizzate. Nuovi spazi d'azione si aprono con l'avvento della **tecnologia VoIP (Voice over Internet Protocol) che integra la telefonia con il mondo delle reti.** Nel 2007 EOS dà il via alla commercializzazione di QCall, la soluzione sviluppata e sperimentata al proprio interno nei due anni precedenti ed attualmente utilizzata. Basato sul software non proprietario per centralini ad oggi più diffuso (Asterisk) che gestisce le comunicazioni tramite il Protocollo SIP (Session Initiation Protocol), QCall lo completa e lo estende nella configurazione, nella gestione e nell'integrazione con l'ICT aziendale, esaltando così l'esperienza di EOS nell'integrazione dei sistemi.

QCall supporta sia la telefonia VoIP che la



connettività tradizionale: il cliente può così scegliere di cambiare tecnologia di comunicazione con gradualità. La sua architettura scalabile a basso costo è la risposta ideale alle esigenze dettate da un'organizzazione aziendale dinamica che tende a crescere. Se passare al VoIP consente alle aziende di realizzare con immediatezza l'obiettivo del **risparmio sui costi della telefonia fissa nazionale ed internazionale**, scegliere il VoIP con QCall offre un importante valore aggiunto: **QCall è un concreto "strumento per gestire l'azienda"**. Esso infatti oltre a fornire tutte le funzioni standard proprie dei centralini, permette l'implementazione di nuove funzionalità a costi realmente ridotti.

Pubb

Infracom Consulting: soluzioni applicative e integrate per le imprese

Infracom Consulting una società del Gruppo Infracom, specializzata in soluzioni ICT Business e punto di riferimento nel mercato italiano per lo sviluppo di soluzioni ERP su piattaforma SAP e nella gestione di servizi in outsourcing che spaziano dalla connettività su infrastrutture di rete proprietarie alla consulenza e sviluppo di applicativi. "Il disegno industriale che ha portato alla realizzazione di Infracom Consulting – spiega il direttore commerciale Luca Lesignoli - nasce dall'idea di creare una iniziativa di successo con l'apporto di INFRACOM, che mette a disposizione le competenze tecnologiche, infrastrutturali e di processo nel settore dei sistemi gestionali, e i soci IMA e SACMI, che si pongono come elementi di stimolo delle esigenze delle realtà industriali e territoriali in cui operano".

In ambito SAP, Infracom Consulting è stata la prima società italiana riconosciuta SAP Gold Partner, a testimonianza del livello d'eccellenza raggiunto. A ciò si aggiungono la certificazione SAP All-in-one, che riguarda tutte le soluzioni pre-customizzate e gli add-on verticali e la SAP Hosting Partner per l'erogazione di servizi in outsourcing ottenuta tra le prime a livello nazionale, grazie alla qualità dei data center di Verona, Milano e Imola. Le verticalizzazioni SAP già realizzate con successo da Infracom Consulting sono impiegate da numerose aziende operanti in diversi paesi del mondo. Infracom ha la sede centrale ad Imola e uffici operativi a Milano, Bologna, Roma, Vicenza, Treviso, Fabriano, Carpi e Verona.

"La capillare diffusione sul territorio nazionale – aggiunge Lesignoli - è uno degli elementi caratteristici del modello di busi-

ness di Infracom Consulting: presidio del territorio e vicinanza geografica al bacino di imprese clienti".

Questo approccio in Emilia-Romagna si è concretizzato tramite la relazione con le aziende di riferimento, attraverso l'acquisizione di numerosi clienti (realizzazione di infrastrutture, erogazione di servizi TLC, implementazione e manutenzione di sistemi ERP) e alla collaborazione con gli Enti delegati alla formazione, Regione ed Università. La strategia territoriale è confermata dalla creazione di una rete di partner nei diversi distretti industriali. "Il modello di business di Infracom Consulting – conclude Lesignoli - si basa sullo sviluppo di attività funzionali ai poli produttivi con un focus al territorio di riferimento e ai processi caratteristici degli stessi". Il programma di canale "Noi Infracom Insieme", è appena stato lanciato per creare un network in grado di contribuire, all'ulteriore qualificazione di un'offerta di servizi professionali. Primo partner strategico ad avere appena aderito è Neos Sistemi, specializzato nello sviluppo di soluzioni gestionali innovative basate su piattaforma Erp estese e sistemi di ebusiness evoluti.



Luca Lesignoli, direttore commerciale di Infracom Consulting, primaria realtà per dimensioni e competenze nella consulenza organizzativa e applicativa per soluzioni Ict avanzate.

Compagnia Italiana Computer: nuova sede per un servizio su misura

Da ottobre, Compagnia Italiana Computer (Cic) si è trasferita a Bologna, dalla storica sede di Via Emilia Ponente 56, nei nuovissimi locali di Viale Togliatti 9, tra la rotonda di Casteldebole e l'uscita 2 della tangenziale. L'amministratore della società, Beatrice De Leonibus, che guida l'azienda dal 1992, spiega le motivazioni di questa scelta.

"Da sempre cerchiamo di identificarci nei nostri clienti per meglio comprenderne preferenze ed esigenze ed i nostri prezzi sono sempre tra i più competitivi del mercato – sottolinea la signora De Leonibus - Non ci mai siamo legati a nessun brand specifico per poter selezionare in tutta libertà, momento per momento, i prodotti di marca con il miglior rapporto qualità/prezzo. Disponiamo di un laboratorio di assistenza tecnica con personale d'esperienza pluriennale e forniamo i nostri servizi sia in sede che on-site. Pubblichiamo sul web, all'indirizzo www.cic-computer.it, tutti i prodotti che trattiamo completi di caratteristiche tecniche: i prezzi e le disponibilità vengono aggiornati ogni ora, così i clienti che cercano un prodotto specifico possono prenotarlo via web e venire a ritirarlo in negozio trovando anche la fattura già pronta".

Con il trasferimento di sede, Cic ha risolto anche un altro problema. Da un sondaggio effettuato nel precedente punto vendita durante i mesi di gennaio-maggio 2007 erano emerse con chiarezza altre due esigenze degli utenti, entrambe dettate dalla necessità di risparmiare tempo: posizione del negozio in una zona con buona viabilità a traffico scorrevole e sicu-

rezza di trovare un comodo parcheggio. "Con la scelta di Viale Togliatti 9 – dice Beatrice De Leonibus - pensiamo di avere dato una risposta concreta e soddisfacente ad entrambe queste esigenze: il negozio è vicinissimo alla tangenziale, ben visibile lungo lo stradone di Borgo Panigale e in un piazzale con oltre 40 posti auto. I nostri i clienti ora, oltre il denaro risparmiano tempo prezioso, e noi, come sempre, continueremo a non risparmiarci nell'offrire qualità, assistenza e cortesia"



La nuova sede di Cic in viale Togliatti a Bologna

Pubb

Logicamente: Passione per la rete ed innovazione



Dalla passione per la tecnologia, unita alla decennale esperienza, nascono le intuizioni e le idee che Logic@mente, dinamica azienda forlivese, fa diventare soluzioni concrete per le imprese a cui offre servizi e prodotti informatici innovativi.

I fratelli Ugo e Paolo Cacciaguerra ed Alessandro Zaccheroni sono i tre soci, di formazione informatica, che hanno dato vita ad una realtà aziendale che conta altre 18 persone, tra collaboratori e consulenti. Logic@mente riesce a coniugare **tecnologia, marketing e comunicazione** nel mondo web, attraverso servizi integrati (advertising per la promozione dei clienti, web solution per lo **sviluppo del business on line** e consulenza tecnica) confluiti in una unica realtà che ha potenziato la propria rete commerciale.

“Dopo esserci concentrati per tanti anni sulla qualità del nostro prodotto e progetti importanti – spiega Ugo Cacciaguerra – abbiamo pensato di andare incontro al cliente: i nostri consulenti dialogano con le aziende per conoscere, capire, definire le aspettative, comprendere le esigenze e trasferirle in una progettazione mirata e personalizzata. Il nostro obiettivo è di far emergere le imprese attraverso strategie avanzate”.

Cosa significa questo tipo di approccio ?

“Logicamente identifica precisi obiettivi di evoluzione aziendale basati su **riduzione dei costi, aumento della produttività, visibilità in rete**. Per i primi due aspetti, questo vuol dire innanzitutto lavorare sull'efficienza con nuove applicazioni informatiche: individuare quindi i potenziali punti di risparmio, ottimizzare le risorse e



aumentare la produttività. E' nato così il progetto Sapa, acronimo di “Strategie Avanzate di Aumento di Produttività Aziendale”.

In cosa consiste?

“Sapa – sottolinea Ugo Cacciaguerra – è una soluzione, particolarmente utile nel controllo di gestione, che permette all'imprenditore di determinare in maniera precisa i **potenziali di risparmio e di aumento della produttività** della propria azienda, utilizzando le tecnologie

informatiche, individuando in maniera certa i migliori investimenti da attuare. Quantifica infatti una stima di risparmio in euro, e non in previsioni astratte in ben 13 aree sulle 15 analizzate. E' una procedura snella che impegna poco tempo ai responsabili interni e crea una reportistica di semplice lettura con dati operativi facilmente applicabili. E' un sistema che comporta uno studio dettagliato della situazione aziendale, ed è stato **finanziato come progetto innovativo da ASTER**, in collaborazione con l'**Università di Bologna** utilizzando fondi europei”.

Logic@mente si propone anche con **strumenti avanzati di Web Marketing**.

“I nostri servizi puntano ad aumentare la visibilità in rete del cliente verso target specifici di riferimento – conclude Alessandro Zaccheroni – Questo attraverso l'**E-Mail marketing** con un prodotto innovativo come **logicamail** che permette di spedire email, fax e sms in modo integrato e con un **posizionamento organico** dei siti o portali sui motori di ricerca”.

Alessandro Zaccheroni, Ugo e Paolo Cacciaguerra di Logicamente

Prima Linea: L'informatica per fare comunicazione aziendale

“Passione, disponibilità incondizionata per i clienti e idee positive su misura”. Così Marco Sàssoli, responsabile del settore pubblicità e Internet dello studio Prima Linea sintetizza la filosofia di lavoro della struttura che sviluppa attività e servizi legati all'immagine tecnica e pubblicitaria.

“E' un gruppo affiatato ed omogeneo di persone divise solo in apparenza dalle rispettive competenze, ma unite negli obiettivi. – precisa Sàssoli – Un'orchestra di 10 elementi che suona la musica preferita dal cliente”. Questi i punti di forza che fanno la differenza nel settore della comunicazione pubblicitaria ed informatica e che Prima Linea ha posto al centro della propria attività. Conoscerli, saperli gestire, possedere le attrezzature per produrli,



significa, per i clienti, risparmiare sui costi e sui tempi.

“Noi siamo tecnici di formazione – puntualizza il dirigente di Prima Linea - e la comunicazione che sviluppiamo è solo per aziende tecniche, che si rivolgono ad un target specifico. Siamo abituati ad utilizzare un linguaggio appropriato per il settore di competenza. Non abbiamo la necessità che ci vengano spiegate le cose, forniti disegni o foto o testi. Lavoriamo per il cliente in un progetto progressivo completo che passa per ogni attività di comunicazione necessaria allo scopo”.

Prima Linea intende quindi quella tradizionale (cataloghi, depliant, listini, pubblicità) multimediale (CD, animazioni virtuali, 3D, riprese video), e internet (siti statici o dinamici B2B facilmente indicizzabili).

“La nostra competenza è trattare l'informazione con ogni mezzo – suggerisce Marco Sàssoli - Questo, confermano i clienti più consolidati, ci riesce bene”.

A Bologna, la sede di Prima Linea, ampia, moderna, attrezzata, è in zona Roveri, strategica per raggiungere ogni punto della provincia. “Il bacino di utenti è vasto – conclude il manager di studio Prima Linea – perché siamo in un territorio fertile di piccole e medie imprese. Date le nostre competenze, abbiamo clienti in ogni settore tecnico: meccanica, elettronica, elettromeccanica, automotive, elettromedicale, accessori, arredo. Per noi il lavoro è soprattutto passione. Faticoso, ma entusiasmante”.

Studio Prima Linea via del Battirame, 6/3 - 40128 Bologna

Pubb



“BULLETIN BOARD SERVICE (BBS)”

Il servizio Bulletin Board Service (BBS) è uno degli strumenti principali messo a disposizione della rete Enterprise Europe Network da parte della Commissione Europea per aiutare le PMI nella fase di trasferimento tecnologico transnazionale (tecnologie di prodotto o di processo messe a punto o ricercate dalle imprese). Le richieste/offerte di tecnologia sono inserite nel database BBS dopo aver superato il processo di validazione da parte della rete. La compilazione del profile, da parte dell'impresa, può essere effettuata con il supporto dello staff tecnico di Unioncamere Emilia-Romagna.

La banca dati BBS permette:

- di inserire la propria richiesta e/o offerta tecnologica (compilando il "Technology Offer Profile" o il "Technology Request Profile";
- di fare una ricerca su tutti i profili del database per identificare richieste, offerte, argomenti di interesse proprio;
- di entrare in contatto con i potenziali partner internazionali;

- di ottenere un'indagine sugli elementi innovativi di ogni offerta nei settori di interesse.

Di seguito alcune tra le più interessanti richieste di cooperazione tecnologica di imprese straniere, che cercano collaborazioni in Italia:

- Rif:08SI68CN0J3X - Multinazionale ricerca tecnologie per la produzione di nuovi pannelli ignifughi per edifici diluoso;
- Rif:08FR32J20J6D - Azienda francese cerca partner per produrre trapani in alluminio;
- Rif:ES22C40J3Q - Azienda spagnola



cerca produttori e/o distributori di celle di silicene per pannelli solari;

- Rif:08BE0213OJDX - Azienda belga cerca produttori e assistenza tecnica per macchine lavorazione del cioccolato, alimentata ad energia rinnovabile;
- Rif:08PL62APOJD4 - Impresa polacca cerca tecnologie per mattoni forati di legno, riempiti con materiale termico;
- Rif:08GR49Q1OISF - Azienda greca IT cerca partner per applicazioni al management dell'energia e calcolo del consumo energetico negli edifici;
- Rif:08GB77DZ0IRH - Impresa del Regno Unito cerca partner per la produzione di un sistema che riducano il volume dei rifiuti solidi.

Per ulteriori informazioni consultare la pagina <http://www.rer.camcom.it/enterprise-europe-network/ricerca-partner.html> o inoltrare il profilo della propria azienda e la richiesta di ricerca via fax al 051-6377050 o e-mail a simpler@rer.camcom.it.

Notizie dall'Unione Europea

IL PROGRAMMA POLITICO EUROPEO DELLA COMMISSIONE PER IL 2009

La Commissione europea ha adottato il 5 novembre il programma legislativo e di lavoro per il 2009. Nel documento sono contenute le principali iniziative previste per il prossimo anno, tra cui il seguito alle iniziative adottate nelle ultime settimane per far fronte alla crisi finanziaria e reagire alla crisi economica con una strategia europea. Inoltre, nell'ultimo anno del suo mandato la Commissione porterà a termine i programmi in corso di attuazione. Le priorità si articolano attorno a 4 pilastri: 1) Crescita e occupazione: la Commissione si concentrerà sulle riforme economiche e su misure specifiche volte a stimolare la fiducia necessaria; 2) Mutamento climatico e sviluppo sostenibile: sarà essenziale concludere un accordo globale nel vertice di Copenhagen. La capacità dell'Unione di svolgere un ruolo trainante passa per un accordo sul pacchetto "energia e mutamento climatico" per poi passare alla fase di attuazione; 3) Libertà, sicurezza e giustizia: ci si concentrerà sulla lotta contro il terrorismo e la criminalità organizzata, e sulle relazioni internazionali con la Georgia e la nuova amministrazione statunitense.

L'allargamento, la politica di vicinato e il commercio mondiale rimarranno priorità fondamentali; 4) Bilancio e future priorità dell'Unione: un quadro normativo semplificato e più efficace resta la priorità fondamentale per l'attività legislativa della Commissione nel 2009. Il programma prevede misure di semplificazione specifiche in vari settori, dall'agricoltura all'ambiente e dalla contabilità ai trasporti. Il 2009 sarà il primo anno in cui le priorità in materia di comunicazione inter-istituzionale saranno concordate nel quadro della dichiarazione congiunta "Un partenariato per comunicare sull'Europa".

Rif.: http://ec.europa.eu/atwork/programmes/docs/clwp2009_en.pdf

NUOVA STRATEGIA COMUNITARIA SUI "DIRITTI DI PROPRIETA' INDUSTRIALE"

La comunicazione su una nuova strategia comunitaria sui diritti di proprietà industriale (DPI), pubblicata lo scorso luglio, ha l'obiettivo di mantenere un sistema elevato di protezione dei DPI all'interno dell'UE che, stimolando gli investimenti nella ricerca e facilitando il trasferimento delle conoscenze dai laboratori al mercato, permetta il dispiegarsi dell'innovazione e offra alle imprese europee un trampolino di lancio che consenta loro di affrontare la concorrenza mondiale.

E' per questo che Bruxelles ha previsto un piano che da un lato mira a rafforzare le attività di controllo del rispetto dei DPI e la cooperazione con alcuni Paesi prioritari; dall'altro, tramite la volontà di stipulare l'accordo commerciale anticontraffazione-ACTA, vuole consolidare il quadro internazionale dei DPI. Oltre a questo, la Commissione propone: l'adozione dell'iniziativa sul brevetto comunitario da anni all'esame delle istituzioni europee e ancora oggi al centro di divergenze tra gli Stati membri; azioni volte a combattere la contraffazione e la pirateria fenomeni che hanno raggiunto ormai dimensioni preoccupanti creando problemi in termini di diminuzione nella creazione di nuove opere, di salute pubblica, sicurezza dei lavoratori e posti di lavoro; diritti accessibili a tutti gli innovatori e inventori incluse le PMI attraverso lo studio dei sistemi dei marchi e dei brevetti; il miglioramento dei meccanismi di accesso ai DPI e alle procedure di risoluzione delle controversie tramite meccanismi giurisdizionali o assicurativi integrati a livello comunitario. In tal modo, aumenterà la consapevolezza all'interno delle PMI e dell'importanza della proprietà industriale, elemento prioritario all'interno del business plan dell'impresa.

Rif.: <http://europa.eu/rapid/pressReleasesAction.do?reference=IP/08/1157&format=HTML&aged=0&language=EN&guiLanguage=EN>



CONSULTAZIONE SULLE TIC

Il Programma di apprendimento permanente vuole contribuire alla trasformazione dell'UE in un'area dai massimi livelli di competitività, volta ad uno sviluppo sostenibile ed una maggiore coesione sociale. Nello specifico, interviene nel settore dell'istruzione e della formazione, con l'obiettivo di migliorarne la qualità, di investire sull'innovazione e di accrescere il numero di persone che beneficino di percorsi formativi. Il programma si dedica a: istruzione scolastica (Comenius), istruzione superiore (Erasmus), formazione professionale (Leonardo) e apprendimento per adulti (Grundtvig); ad essi si aggiungono un Programma trasversale ed un Programma specifico per l'integrazione europea (Jean Monnet).

Il budget complessivo messo a disposizione del Bando ammonta a 961 Mln di €, l'entità di ogni singola sovvenzione e la durata del progetto varierà in base alla tipologia dell'iniziativa presentata e al numero dei Paesi coinvolti. Posso presentare proposte: Amministrazioni nazionali e regionali; Associazioni culturali e di categoria; Camere di commercio; Centri di ricerca; Enti di formazione; Enti locali; Fondazioni; Formatori; Imprese; ONG; Organizzazioni professionali; Parti sociali; Persone fisiche; Scuole; Università. Scadenze dal 28/11/2008 al 09/04/2009.

Rif.: http://eacea.ec.europa.eu/llp/funding/2008/call/index_en.htm

Bandi comunitari

PRO-INVEST AZIONI DI RAFFORZAMENTO ISTITUZIONALE DEGLI ORGANISMI INTERMEDIARI

Il Programma Pro-Invest intende sostenere gli organismi intermediari nel loro contributo allo sviluppo del settore privato dei paesi ACP. Incentiva questi organismi intermediari a sviluppare azioni integrate per creare nelle diverse regioni ACP tutte le condizioni favorevoli alla promozione degli investimenti, al trasferimento di conoscenze ed alla fornitura di servizi di qualità, sia nei confronti del settore privato ACP che di parti esterne interessate.

Il bando è finanziato dal VIII Fondo Europeo di sviluppo (EDF). Il budget previsto è di €17,5 Milioni. La sovvenzione minima ammonterà a 500.000€, e potrà coprire fino al 90% del budget se il candidato è soggetto di un Paese ACP, fino all'80% in tutti gli altri casi.

Le attività devono aver luogo in uno o più paesi ACP e possono riguardare qualunque settore economico-finanziario, che faciliti l'attrazione di investimenti e la creazione d'impiego nei Paesi ACP. I progetti devono avere una durata minima di 12 mesi, e concludersi entro il 31/03/2011. Prima scadenza 15/12/2008.

Rif.: http://www.ermesimprese.it/wcm/ermesimprese/finanziamenti/Ricerca_e_innovazione/ricerca_pmi.htm

SCADENZE PER FONDI STRUTTURALI

Interreg IVC: il secondo bando è stato pubblicato il 27.10.2008 e scadrà il 30.01.2009; Urbact II: il secondo bando generale sarà aperto nel 2010;

Interreg IV Europa Centrale: la pubblicazione di un secondo bando è prevista per il 07.01.2009 con scadenza il 18 marzo;

Interreg IVB Europa Sud orientale: il secondo bando sarà aperto entro la prima metà del 2009;

Interreg IVB Spazio Alpino: il secondo bando è stato pubblicato il 20.10.2008 e scadrà il 21.11. 2008;

Interreg IVB Mediterraneo: il secondo bando sarà aperto dal 16 febbraio al 13 marzo 2009;

Interreg IVA Italia-Slovenia: è stato pubblicato il 15.10.2008 il bando a due fasi per la presentazione di progetti strategici. La scadenza prevista per la presentazione delle manifestazioni di interesse è il 01/12/ 2008; Interreg IVA Italia-Austria: alla fine del 2008, inizi 2009 sarà pubblicato un secondo avviso per la presentazione di proposte progettuali;

ENPI CBC Adriatico: il primo bando sarà pubblicato nei primi mesi del 2009

ENPI CBC Mediterraneo: il primo bando sarà pubblicato a fine 2008.

Rif.: http://www.finanziamenti.rer.camcom.it/Agevolazioni/default.htmenergia/sezioni_laterali/sezione_1/bandi/allegati/Delibera_1098.pdf

Unioncamere Emilia-Romagna

Viale Aldo Moro, 62 - 40127 Bologna
Tel. 051 6377011 - Fax 051 6377050
E-mail: simpler@rer.camcom.it



L'Europa alla portata della vostra impresa

SIDI Eurospertello - CCIAA di Ravenna

Viale L.C. Farini, 14 - 48100 Ravenna
Tel. 0544 481443 - Fax 0544 218731
E-mail: euroinfo@ra.camcom.it

CCIAA di Bologna

Piazza Costituzione, 8 - 40128 Bologna
Tel. 051 6093286 - Fax 051 6093225
E-mail: commercio.estero@bo.camcom.it

CCIAA di Ferrara

Largo Castello, 6 - 44100 Ferrara
Tel. 0532 783812 - Fax 0532 205122
E-mail: estero@fe.camcom.it

CCIAA di Forlì-Cesena

C.so della Repubblica, 5 - 47100 Forlì
Tel. 0543 713524 - Fax 0543 713531
E-mail: ufficio.estero@fo.camcom.it

PROMEC - CCIAA di Modena

Via Ganaceto, 134 - 41100 Modena
Tel. 059 208270 - Fax 059 218520
E-mail: anna.mazzali@mo.camcom.it

CCIAA di Parma

Via Verdi, 2 - 43100 Parma
Tel. 0521 210241 - Fax 0521 233507
E-mail: estero@pr.camcom.it

CCIAA di Piacenza

Piazza Cavalli, 35 - 29100 Piacenza
Tel. 0523 386255 - Fax 0523 334367
E-mail: studi@pc.camcom.it

CCIAA di Reggio Emilia

Piazza Vittoria, 3 - 42100 Reggio Emilia
Tel. 0522 796236/301 - Fax 0522 796300
E-mail: idd@re.camcom.it

CCIAA di Rimini

Via Sigismondo, 28 - 47900 Rimini
Tel. 0541 363752 - Fax 0541 363747
E-mail: estero@rn.camcom.it

Pubb

Pubb