

ECONERRE

APRILE
2007

ECONOMIA FAMILIA - ROMAGNA

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



Settori
Una guida al bere Doc
da Piacenza a Rimini

R2B Progettiamo il futuro

A Bologna, dal 3 al 4 maggio,
il salone internazionale dedicato
a ricerca industriale e innovazione



Spin-off

PharmEste, da Ferrara
un caso di eccellenza

Scenari

Imprese artigiane
a caccia di credito

Export

Romania e Bulgaria
Si raccolgono i frutti

La congiuntura

Si consolida la ripresa
trainata dalle Pmi

Pubb

La nostra sfida, avviare una nuova fase di sviluppo

*Identità economica e coesione sociale
le specificità del modello emiliano-romagnolo*



* **Presidente
Unioncamere Emilia-Romagna**

* Estratto dall'intervento in occasione della visita ufficiale del Presidente della Repubblica Italiana Giorgio Napolitano a Bologna.

di Andrea Zanlari*

L'opportunità di incontro che il Presidente della Repubblica Giorgio Napolitano ci ha offerto, consente di ribadire la rilevanza, per la crescita complessiva del Paese, dell'economia della nostra Regione, a cui un significativo impulso viene impresso da una consolidata prassi di cooperazione istituzionale.

In questo contesto, si inserisce il peculiare apporto delle Camere di commercio, palestra di democrazia economica e sede di sintesi degli interessi settoriali, volta a promuovere interventi per lo sviluppo delle economie locali. La sfida più impegnativa che siamo tutti chiamati ad affrontare consiste nell'avviare una nuova fase di sviluppo secondo percorsi inediti. La competizione globale e il progressivo invecchiamento della popolazione sono solo due dei fattori che spingono verso inesplorati sentieri di crescita, che leggeremo sempre meno in termini quantitativi, ma attraverso indicatori che misurano la qualità.

Trasformare il sistema economico, farlo migrare progressivamente verso l'"alta via dello sviluppo" mediante investimenti in formazione, in ricerca ed innovazione; creare nuovi posti di lavoro, migliorare quelli esistenti. È questo l'obiettivo da perseguire, lo stesso che indicò l'Unione europea nell'accordo di Lisbona.

Il negativo quadro congiunturale della prima metà degli anni 2000, ha reso questo traguardo irraggiungibile nei tempi e modi fissati inizialmente. L'agenda di Lisbona è stata quindi ridefinita, mantenendone i principi. In virtù della ripresa economica ora in atto, si può riprendere il cammino e accelerare nella direzione indicata dall'Unione europea. A condizione che cresca la consapevolezza che per tagliare il traguardo serve più

Europa, quindi vanno costruite crescenti sinergie tra i 27 Stati membri. All'interno di ogni Paese occorre che anche le istituzioni locali e i sistemi di impresa territoriali adottino con convinzione principi e obiettivi della strategia di Lisbona.

Credo che l'Emilia-Romagna sia ben avviata in questa direzione. È la regione italiana che ha conseguito nell'ultimo decennio i tassi di crescita più elevati. Anche in una fase di congiuntura difficile, ha proseguito nel suo cammino di sviluppo, innovando ed estendendo gli scambi con l'estero: è tra le prime venti regioni europee per numero di brevetti depositati per abitante ed è la terza in Italia per esportazioni. L'Emilia-Romagna si colloca tra le prime dieci Regioni europee per ricchezza, con livelli di benessere elevati e diffusi. Si conferma, un laboratorio economico-sociale per sperimentare originali e differenziati percorsi di sviluppo, convergenti verso un identico obiettivo: coniugare l'efficienza economica con la coesione sociale.

Un risultato reso possibile grazie alla capacità dei cittadini, delle imprese, del mondo associativo e delle istituzioni di operare insieme. Fare sistema è la chiave del successo del modello emiliano-romagnolo. Da qui si può ripartire per consolidare la nuova fase di sviluppo.

In questa logica è stato impostato l'accordo quadro che un anno fa, l'Unioncamere Emilia-Romagna ha sottoscritto con la Regione per potenziare i rapporti di collaborazione.

Come ricordava il Presidente della Regione Vasco Errani, è nell'identità, economica e sociale, che possiamo cogliere l'elemento caratterizzante del modello emiliano-romagnolo. Perché per "fare sistema" gli attori sociali ed economici del territorio, devono sapere esprimere una condivisione di percorsi ed obiettivi, e, più in profondità, di valori, tale da moltiplicare le forze in campo e su cui investire per proseguire nel cammino indicato dall'accordo di Lisbona ■

**Chiave del successo,
la capacità
di "fare sistema"
tra cittadini, imprese,
Regione e associazioni**

Pubb



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

Anno XIII - n. 4
Aprile 2007
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. 059-34.66.41
Fax 059-29.23.126
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 Parini 10
40033 Casalecchio di Reno (BO);
tel. 051-6133555 - fax 051-6142247;
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: illustrazione

SOMMARIO

1 **EDITORIALE**

La nostra sfida, avviare
nuove fasi di sviluppo

DI ANDREA ZANLARI

4 **IN BREVE**

6 **PRIMO PIANO**

Research to Business
Protagonisti a confronto

DI BARBARA GALZIGNA

10 **INDAGINE**

Si consolida la ripresa,
trainata dalle Pmi

DI THOMAS FOSCHINI

12 **RICERCA**

PharmEste, uno spin-off
da 300 milioni di euro

DI SILVIA SARACINO

15 **SCENARI**

Imprese artigiane
a caccia di credito

DI ANTONELLA CARDONE

18 **EXPORT**

Romania e Bulgaria
Si raccolgono i frutti

DI PAOLO CHIARI

22 **SETTORI**

Ceramica, "tagliatori"
dagli occhi a mandorla

DI MARGHERITA PUGLIESE

24 Una guida al bere Doc,
Da Piacenza a Rimini

DI THOMAS FOSCHINI

28 **LIBRI**

Dispersione scolastica
Buone pratiche in regione

DI RITA BIGONI

QUADERNI&DOCUMENTI

Indagine congiunturale

29 **CAMPAGNE**

Cento eventi per gustare
pesce azzurro di qualità

DI THOMAS FOSCHINI

30 **TURISMO**

Riviera di Rimini
promossa dai turisti

DI GIUSEPPE SANGIORGI

31 **CINQUE DOMANDE**

Manlio Maggioli
risponde

DI GIUSEPPE SANGIORGI

32 **FOCUS**

Agrintesa, il "colosso"
dell'ortofrutta italiana

DI GIUSEPPE SANGIORGI

35 **INNOVAZIONE**

Sport Moles, l'arbitro
che non può sbagliare

DI DARIO GIORDO

36 **AZIENDE**

Cgr, "cartografi" in volo
con strumenti hi-tech

DI ALBERTO NICO

39 **Monti Ascensori**

Una sfida "in salita"

DI STEFANO CATELLANI

42 **STORIE**

Dagli uliveti siciliani
al cuore della food valley

DI MICHELA SUGLIA

45 **SPECIALE FORMAZIONE**

INSERTO PUBBLICITÀZIONALE

51 **SPECIALE SERVIZI**

INSERTO PUBBLICITÀZIONALE

54 **FLASH EUROPA**

A CURA DI STEFANO LENZI

Editoria

Un volume sulle donne "protagoniste"

Un volume di prestigio dedicato a tutte quelle donne che si impegnano nelle professioni e nelle istituzioni, le protagoniste dell'affermazione della presenza femminile in ruoli di responsabilità. Il volume "Donne protagoniste - Il Valore delle donne", edito da Pagani Holding Editore, è stato presentato lo scorso 23 marzo nell'Accademia militare di Modena alla presenza di oltre 500 persone tra cui alcuni rappresentanti del Governo e autorità istituzionali locali, oltre alle alte cariche dell'Accademia militare tra cui il Comandante dell'Accademia, Generale di Divisione Francesco Tarricone. Erano presenti - in rappresentanza del Governo - il vice ministro alla Pubblica istruzione Mariangela Bastico, Francesco Colucci del ministero dell'Interno e Cristiana D'Agostino, presidente del Comitato per le Pari opportunità del ministero della Difesa.



La denuncia di Confartigianato Federimprese Il peso di burocrazia e disservizi sulle aziende emiliano-romagnole

Le imprese dell'Emilia-Romagna, solo nel 2006, hanno speso 1.310,2 milioni di euro in "adempimenti connessi all'attività di impresa", in altre parole, in burocrazia. Allo stesso tempo, le inefficienze del sistema distributivo dell'energia sono costati alle aziende oltre 15 milioni di ore di interruzione dell'elettricità, a cui si aggiungono 10 milioni di ore per ottenere informazioni dai

call center delle aziende di distribuzione dell'energia. La denuncia è di Confartigianato Federimprese che, sul versante burocrazia, nota come in regione siano proprio le piccole aziende fino a 9 dipendenti a subire i costi maggiori, 950,6 milioni di euro nel 2006, seguite dalle medie, 154,5 milioni, e dalle grandi, 119,7 milioni. E se gli imprenditori italiani, in totale, "sprecano ogni anno in moduli e scartoffie 13,7 miliardi di euro", nota Confartigianato, le imprese dell'Emilia-Romagna vi contribuiscono per l'8,9%, un dato secondo solo a quello della Lombardia. Dalle "scartoffie" ai disservizi energetici, costati alle imprese della regione 39,3 milioni di euro, di cui 9,5 per telefonate ai call center e 29,8 per mancata produzione causa interruzione dell'elettricità. Si calcola - rileva Confartigianato - che a livello nazionale tali disservizi incidano per una cifra pari allo 0,6% del costo del lavoro del settore manifatturiero.

La neonata banca tra i primi dieci player nazionali Sportello unico per l'innovazione

Investimenti per 105 milioni, 130 milioni di euro di sinergie dall'integrazione di Cariparma, Friuladria e 202 nuove filiali in tre anni; apertura di altre 100 nuove filiali entro il 2010; 450 assunzioni entro il 2007: questi i primi passi della nuova Cariparma, nata l'1 marzo 2007 dall'ingresso del Gruppo Crédit Agricole (85%) e di Fondazione Cariparma (15%). La nuova banca, tra i primi dieci player nazionali, avrà 665 filiali e 6.750 dipendenti e sarà presente in 9 regioni. Nel frattempo, Privata Leasing, la società reggiana specializzata in leasing immobiliare, festeggia i primi vent'anni di attività con un utile netto 2006 di 3,5 milioni di euro (più 72,66%). I beni locati nel 2006 hanno raggiunto gli 840 milioni di euro con impieghi netti per 500 milioni.



BOLOGNA
IN MOSTRA
ELEGANZA
E BUSINESS

Dal 3 al 6 Maggio 2007 si svolge a Bologna, a Palazzo Re Enzo, la seconda edizione di **Universo donna**, la manifestazione al femminile legata alla moda e alla bellezza. La scelta della città è stata guidata anche dalla strategica posizione dell'Emi-

lia-Romagna nel territorio italiano. Sarà una mostra esclusiva, in cui si fonderanno eleganza e business creando un'atmosfera particolare e d'élite. L'edizione si focalizzerà sulla moda e il lusso, con mini eventi in cui verranno presentati prodotti e collezioni a buyer e a visitatori. Non mancheranno appuntamenti e incontri con esponenti dell'imprenditoria e delle istituzioni, che metteranno a fuoco le problematiche e le possibilità che le donne hanno nel panorama lavorativo e sociale europeo.

REGGIO
MANIFATTURIERO:
NUOVO BALZO
DEGLI ORDINATIVI

Si consolida nel 2006 la crescita per l'industria manifatturiera reggiana. Forte l'incremento degli ordinativi, che nel quarto trimestre 2006 hanno fatto registrare un più 4% rispetto allo stesso periodo del 2005, mentre la produzione segna un confortante più 3,5 per cento. Dati che, nota la Camera di Commercio di Reggio, assicurano una produzione di quattro mesi - grazie

all'incremento del portafoglio ordini - uno in più rispetto all'anno precedente, mentre gli impianti possono girare al 78,5% della loro capacità produttiva. Quindi il fatturato, più 5,3% nel quarto trimestre 2006, l'incremento più elevato dall'inizio dell'anno.

RIMINI
UN SUCCESSO
PER LA FIERA
DEL GIOCO

Enada Primavera 2007 va in archivio con la partecipazione di 23.197 visitatori professionali - più 7% sul

2006 - dei quali 2.447 stranieri, più 9%: un grande successo, nei padiglioni di Rimini Fiera, per la 19ª mostra internazionale degli apparecchi da gioco, 370 gli espositori, per 36mila mq di padiglioni. Tra i progetti di Rimini Fiera, sempre in tema di giochi, l'organizzazione della prima fiera europea del bowling, che si terrà dal 13 al 16 marzo 2008.



Russia Distretti produttivi in missione

Si è concluso il MosBuild di Mosca – la fiera internazionale dedicata al settore delle costruzioni – un'occasione per le imprese del distretto della ceramica di presentarsi, sotto il marchio "Ceramic Tiles of Italy", in un mercato che nell'ultimo decennio è cresciuto del 10% l'anno, mentre il consumo di piastrelle, nel 2006, si attestava a 137 milioni di mq. Sempre a Mosca, si chiude la manifestazione agroalimentare Prodexpo, con la partecipazione, tra gli altri, del Consorzio Piacenza Alimentare che ha organizzato incontri B2B con operatori locali. Durante i colloqui, si è discusso di collaborazioni nei settori agroalimentare, agroindustriale e meccanico, della meccanica avanzata. Intanto Promec, azienda per l'internazionalizzazione della Camera di commercio di Modena, ha organizzato un incontro tra una quarantina di importatori russi e le aziende del settore abbigliamento, pronte a raccogliere la sfida di un mercato sempre più esigente.



La visita del presidente Napolitano "Luoghi di eccellenza di esempio per il Paese"

La visita del Presidente della Repubblica Giorgio Napolitano a Bologna e all'Emilia-Romagna ha rappresentato per tutti noi un momento di grande soddisfazione e orgoglio". Così il presidente della Regione, Vasco Errani ha commentato la presenza del Capo dello Stato nel capoluogo felsineo, che si è svolta in due fasi. Il Presidente Giorgio Napolitano, accompagnato dalla signora Clio, è tornato infatti a Bologna il 15 e il 16 marzo per completare, senza modifiche, il programma interrotto bruscamente il 21 febbraio, quando – dopo l'incontro a Palazzo Re Enzo con oltre 600 persone tra pubblici amministratori dell'Emilia-Romagna, autorità civili e religiose, associazioni economiche – dovette ripartire per Roma a seguito della crisi di governo. Il Presidente della Repubblica si è recato in visita all'impresa di ristorazione Camst, alla redazione del Resto del Carlino, all'Istituto Rizzoli e alla Ducati, dove ha incontrato rappresentanti del mondo imprenditoriale e camerale emiliano-romagnolo. "Un messaggio di fiducia, di sostegno convinto e di ringraziamento" è stato affidato dal presidente Errani al Capo dello Stato, il quale ha osservato, nella visita alla Ducati, come "può darsi che in Italia io venga guidato soprattutto nei punti di eccellenza. Ma anche questo ha un senso: partendo da questi luoghi si può trasmettere un esempio positivo a tutto il Paese".

Credito A Reggio prestiti più "leggeri"

Confartigianato Federimprese e Banca Reggiana hanno siglato un accordo per abbassare il costo del denaro, e quindi i tassi sui prestiti alle imprese. Da oggi, grazie alla disponibilità dell'istituto reggiano a confrontarsi con l'associazione, i piccoli imprenditori artigiani potranno quindi finanziare i propri investimenti ai tassi più bassi di mercato, reagendo in questo modo anche alla tendenza all'aumento del costo del denaro. Gli associati potranno godere di uno spread – la differenza tra tasso sul debito e tasso di riferimento – pari allo 0,7%, sia su operazioni a tasso fisso sia variabile. L'agevolazione è fruibile da tutte quelle imprese che desiderano finanziare investimenti – anche già sostenuti – in macchinari, immobili, impianti, arredi, autocarri, sviluppo tecnologico e formazione. Gli artigiani associati a Confartigianato Federimpresa Reggio Emilia potranno usufruire di questa possibilità fino al prossimo 30 settembre.

RAVENNA PREMIO SVILUPPO E OCCUPAZIONE

Cna Ravenna ha premiato 15 imprese associate che si sono distinte nel 2006 per avere aumentato in misura consistente il numero dei propri dipendenti. L'ormai tradizionale premio "Sviluppo e Occupazione" – giunto alla nona edizione – è andato ad Alltrack Sport di Brisighella, Bm, Nuova Sira e Bandinotti Elio di Ravenna, Bassi ed Ei. Mecc. di Lugo, Come di Alfonsine, Cosmos di Faenza, E.B.

Elettronica e Ndreu Vasel di Cervia, Toner Image di Mordano, V.G. di Solarolo. Un'iniziativa importante, sottolinea Cna, soprattutto tenendo conto che il 2006 si chiude, per il ravennate, con un aumento generale sia degli occupati sia del numero di imprese.

LAVORO SERVIZI ON LINE: PRIME RAVENNA, RIMINI E PARMA

"La e-governance nei servizi per l'impiego", questo il titolo della ricerca presentata a Roma da Formez

e Censis in materia di servizi on line dedicati al mondo del lavoro. Sono quelli delle Province di Rimini, Ravenna e Parma – sentenza il rapporto – i tre portali migliori a livello nazionale. In particolare, ad essere eccellente nelle tre realtà della nostra regione, rilevano Formez e Censis, è la qualità dei servizi offerti alle imprese.



ECONOMIA A FERRARA SI INSEDI L'OSSERVATORIO

L'esigenza, monitorare in modo sistematico l'andamento delle variabili socioeconomiche di interesse per il territorio ferrarese. L'Osservatorio dell'economia si è insediato lo scorso 16 marzo presso la Camera di commercio di Ferrara: ne fanno parte rappresentanti degli enti locali, dell'Università, degli istituti di credito, delle associazioni di categoria. Lo scopo, la definizione di



politiche sempre più mirate per rispondere alle esigenze delle realtà locali, fornendo anche un utile strumento di analisi e interpretazione a cittadini e imprese: un servizio strategico, spiega la Camera di commercio di Ferrara, in un contesto economico e istituzionale in rapida evoluzione.

di Barbara Galzigna

Terzo salone internazionale, a Bologna, nel Fiera District, dal 3 al 4 maggio

Research to Business, protagonisti a confronto

Innovazione e ricerca industriale tornano in mostra a Bologna, nel quartiere fieristico di BolognaFiere che, il 3 e 4 maggio prossimi, ospiterà la terza edizione di Research to Business, il salone internazionale dedicato alla ricerca industriale, nato per favorire l'incontro tra i più qualificati centri di ricerca italiani e internazionali e le imprese.

La manifestazione "R2B Research to Business 2007" - promossa dalla Regione Emilia-Romagna e da Bologna Fiere, in collaborazione con il Ministero per il commercio internazionale, l'Istituto per il commercio estero e Aster - rappresenta il luogo in cui i

protagonisti della ricerca italiana e internazionale hanno l'opportunità di presentare alle imprese nuove proposte di innovazione tecnologica, risultati di ricerca, prototipi e applicazioni da immettere sul mercato. I protagonisti di R2B sono gruppi di ricerca, responsabili d'incubatori d'impresa e di parchi tecnologici, finanziatori specializzati in progetti di business innovativo, imprenditori, docenti, ricercatori universitari e dottorandi. Tra gli espositori sono presenti Cnr ed Enea nazionali; il Ministero per lo Sviluppo economico e l'Ipi (l'Istituto per la promozione industriale, agenzia governativa a supporto del ministero); l'Epo (ufficio brevetti europeo); i laboratori industriali e i centri per l'innovazione della Rete regionale Alta tecnologia dell'Emilia-Romagna; gli Ilo (uffici di trasferimento tecnologico) delle principali università italiane, tra cui Bologna, Siena, Milano e Verona; il Politecnico di Torino con i suoi cinque dipartimenti. Numerosa la presenza di ospiti internazionali, tra cui il danese Mads Clausen Institute, il tedesco Max Planck

Institute, l'università francese di Bordeaux e quella finlandese di Lappeenranta, i tre centri di ricerca e le tre università della regione Assia; il Trinity College irlandese; la Hebrew University di Gerusalemme.

Queste le principali aree tematiche di R2B: alta tecnologia meccanica; biotecnologie, in campo medico, nell'agroindustria, nei processi industriali; energie e ambiente; nuovi materiali e nanotecnologie; Ict (information and communication technologies).

Saranno inoltre presenti un'area dedicata a finanza e servizi; un'area specifica dove incontrare le nuove imprese e gli incubatori, per conoscere progetti d'impresa innovativi.

L'edizione 2007 punta a favorire il confronto tra ricerca ed impresa attraverso una serie di azioni e di iniziative speciali dedicate agli espositori che potranno avvalersi di servizi mirati alle loro specifiche esigenze. R2B proporrà, tra l'altro, una serie di convegni e conferenze internazionali sul futuro della ricerca e dell'innovazione, sulle nuove tecnologie energetiche, sulla meccanica avanzata, sulle applicazioni Ict innovative per le imprese e sulle tecnologie convergenti per la medicina rigenerativa. Tra i temi centrali, anche il confronto tra modelli ed esperienze di innovazione internazionali, la finanza per la ricerca e la nuova imprenditoria femminile.

Nei due padiglioni della manifestazione - in uno spazio espositivo di 12 mila metri quadrati - idee, progetti, prototipi e servizi saranno mostrati e raccontati dagli oltre 150 centri di ricerca pubblici e privati, università e politecnici italiani e stranieri; dalle oltre 40 start up innovative presenti (una delle vere novità di questa edizione); ma anche dai 10 incubatori, dai centri per l'innovazione, dalle imprese con forte propensione per la ricerca e lo sviluppo e da investitori. Gli espositori saranno oltre 250,

mentre i progetti in mostra oltre 300, tra cui, ad esempio, nuove compresse rigonfiabili capaci di regolare in maniera innovativa il rilascio dei farmaci; strumenti web per il monitoraggio di ambienti ed eventi difficilmente raggiungibili; microparticelle di insulina ad elevata respirabilità per somministrazione polmonare; soluzioni tecniche sostenibili per la lotta biologica in agricoltura e nel verde urbano.

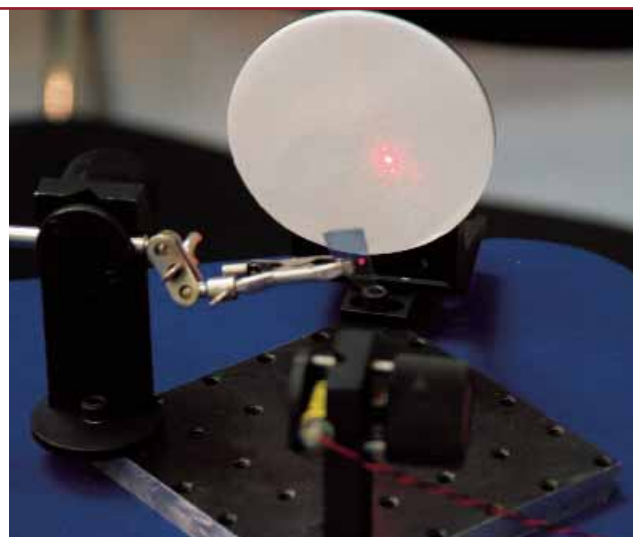
R2B, inoltre, punta a creare occasioni concrete di business attraverso l'iniziativa "Innovat&Match2007", ossia una serie di incontri diretti tra singoli centri di ricerca e imprese come primo momento di confronto per lo

Ricerca industriale
e innovazione
Un laboratorio
per il futuro
dell'economia



sviluppo di accordi di cooperazione tecnologica a livello e internazionale. Un altro elemento nuovo dell'edizione 2007 di Reserch to Business saranno i 26 workshop organizzati direttamente dagli espositori che tratteranno diversi temi, tra cui: le tecnologie low cost per la conversione fotovoltaica e per l'efficienza energetica degli edifici e dei metodi di diagnosi energetica; i cluster europei emergenti in materia di tecnologie per la salute; il ruolo dei brevetti nella ricerca; gli studi di rivestimenti innovativi protettivi ed estetici; l'idrogeno e le applicazioni per la mobilità; le opportunità del trasferimento tecnologico e del programma dell'Agenzia spaziale europea Esa, con la presenza di Franco Malerba, primo astronauta italiano nello spazio. Tra i convegni da segnalare, tutti con il patrocinio della rappresentanza a Milano della Commissione europea, quello di apertura, dedicato alle reti di trasferimento tecnologico e ai poli di competitività internazionali, che vedrà la partecipazione, accanto

all'assessore regionale alle Attività produttive Duccio Campagnoli, tra gli altri del ministro dello sviluppo economico Pierluigi Bersani, del presidente di BolognaFiere Luca Cordero di Montezemolo, del vice presidente per l'innovazione e la ricerca di Confindustria Pasquale Pistorio, del presidente dell'Agenzia per la promozione della ricerca europea Ezio Andreta, della console generale degli Stati Uniti Nora Demsey –



I FINANZIAMENTI

Finanziati dal Piano telematico regionale, ora presentano i risultati

Dieci prototipi hi-tech affrontano l'esame del mercato

Alma-two, Dimoter, Gea, I-care, Insebala, Kamer, Laica, Stil, Summit, Swimm: dieci progetti di ricerca Ict, finanziati attraverso il Piano telematico regionale, molti dei quali saranno presentati, o meglio, "dimostrati", direttamente a R2B. Prototipi innovativi, per applicazioni molteplici, che il mondo produttivo presente alla manifestazione avrà l'opportunità di conoscere attraverso dimostrazioni su elaboratore elettronico, e quindi apprezzarne le eventuali e concrete potenzialità industriali. Di particolare rilievo, il progetto "Insebala", di importanza strategica per la gestione interna della Pubblica amministrazione, un "emulatore di rete eterogenea", adatto allo sviluppo di "protocolli e algoritmi senza produrre problemi di sicurezza o blocchi indesiderati su una rete reale"; quindi, una semplice interfaccia web che rende possibile l'accesso al proprio profilo utente e la gestione di periferiche hardware indipendentemente dalla dislocazione della postazione di lavoro; infine un sistema innovativo di comunicazione in viva voce, per la gestione di fibre ottiche e per ottimizzare la larghezza di banda in presenza di contenuti "pesanti".

Tecnicismi, dettagli, apparentemente, eppure in grado di far risparmiare alla Pubblica amministrazione ingenti quantità di risorse, guadagnando in efficienza e produttività. Come un secondo progetto, "Laica", che opera sempre sulla Pa, ma dal lato "front office", quello dell'utente: sistemi di sicurezza sui passaggi pedonali, di conteggio posti liberi nei parcheggi, di monitoraggio del traffico, ma anche banche dati e sistemi di controllo del territorio utili a cittadini e forze dell'ordine; fino a una tv "cittadina", ovviamente via web, che tratta le

tematiche di interesse per una comunità.

Vari e diversissimi tra loro gli ambiti applicativi degli altri prototipi. Minimo comune denominatore dei progetti, come da Piano Telematico, rispondere all'esigenza di creare una "regione digitale" da un lato – con tutti gli incrementi di efficienza che una Pubblica amministrazione elettronica comporta – e favorire investimenti in Ricerca e Sviluppo in grado di portare sia alla realizzazione di nuovi prototipi applicativi sia allo sviluppo di nuove professionalità e competenze in grado di misurarsi con la crescita del settore Ict. Partendo dal presupposto che la "società dell'informazione" è il luogo più adatto dove industria locale, enti pubblici e cittadinanza possono incontrarsi e arricchirsi reciprocamente.

Un finanziamento regionale da 8,5 milioni di euro che è andato a coprire non oltre il 40% del budget previsto per i progetti, segno che i partecipanti al bando – obbligatoriamente consorzi "misti" tra atenei, imprese e laboratori di ricerca – credevano fermamente nella validità dei progetti stessi, e quindi nell'opportunità di investire risorse in prima persona. Caratteristiche richieste ai progetti, avere una ricaduta positiva sul tessuto produttivo ed economico regionale. Da sottolineare anche il presupposto logico del bando regionale: l'incontro – fin dalla fase di brainstorming – tra ricerca e impresa, quindi tra ricerca industriale e mondo produttivo più vasto; senza contare la creazione di nuove opportunità di lavoro. Infatti, gli 8,5 milioni di euro sono andati per il 90% a finanziare risorse umane, per un totale di 300 contratti, durante il periodo di sviluppo dei prototipi ■



che presenterà l'iniziativa Partnership for Growth -, del presidente di Fraunhofer Hans-Jorg Bullinger e del delegato generale di Minalogic Nicolas Leterrier. Previsti anche un convegno sull'innovazione per il risparmio energetico e le fonti rinnovabili ed un convegno sull'alta tecnologia meccanica, con un focus sui

risultati del distretto hi-mech dell'Emilia-Romagna. L'altra componente importante su cui R2B 2007 punta in maniera decisa, è quella delle risorse umane, con appuntamenti dedicati alla valorizzazione delle competenze dei ricercatori nell'industria e all'imprenditoria innovativa femminile. Da

ricordare infine l'incontro, organizzato da Cna e dalla Rete alta tecnologia dell'Emilia-Romagna, su innovazione organizzativa e manageriale per le piccole imprese, nel corso del quale saranno consegnati i "Best Practice Awards" per le migliori aziende emiliano-romagnole dell'anno ■

L'INTERVISTA

L'analisi di Duccio Campagnoli, assessore regionale alle Attività produttive

"Grande attenzione agli spin-off, una carta decisiva Ora occorre puntare sui tanti giovani talenti"

Alla sua terza edizione R2B punta ancora più in alto, con 12 mila metri quadrati tutti dedicati a ricerca e imprese. Perché un'iniziativa come questa in Emilia-Romagna?

"R2B ha già vinto una prima sfida, cioè quella di affermarsi come un appuntamento permanente di incontro tra ricerca e sistema produttivo. È stata pensata e voluta tre anni fa, un po' buttando il cuore oltre l'ostacolo, da FiereBologna insieme a Regione e Aster. Questo risultato testimonia una crescita molto solida della ricerca e l'innovazione delle imprese nella nostra regione, e questo fa un po' da magnete anche per l'incontro tra ricerca e imprese a livello nazionale. R2B si conferma uno degli appuntamenti nazionali più importanti anche per la promozione delle nuove imprese che nascono dai risultati della ricerca. Inoltre, la formula di R2B consente di affrontare, in importanti appuntamenti convegnistici, scientifici e tecnologici, le tematiche peculiari del made in Italy specializzato come quelle che riguardano la meccanica, le tecnologie del risparmio energetico e dei trattamenti ambientali, così come le ultime tecnologie biomedicali, le scienze della vita e la medicina rigenerativa, che trova proprio a Bologna, all'Istituto Ortopedico Rizzoli, una punta di avanguardia".

Su cosa punta questa terza edizione?

"Questa edizione di R2B ha due filoni di attenzione. Uno è quello dell'impegno del Paese e dei territori per la ricerca, che tra l'altro sarà il titolo dell'incontro con il presidente Montezemolo, con il ministro Bersani e con la presenza dei miei due colleghi assessori De Maio della Lombardia e Bairati del Piemonte. L'incontro sarà l'occasione per mostrare concretamente come sta crescendo l'impegno - che tra l'altro vede un accordo tra Emilia-Romagna, Piemonte e Lombardia - per produrre reti territoriali per la ricerca industriale. Se ne parla con il ministro Bersani perché vogliamo che il suo

importante nuovo programma 'Industria 2015' sia rivolto all'innovazione dei settori industriali, ma anche a rappresentare opportunità di crescita delle reti territoriali che si stanno realizzando per iniziativa delle Regioni, insieme alle Università, agli altri enti di ricerca e alle imprese. L'altro filone dell'impostazione di R2B è quello che guarda sia al '7° programma quadro per la ricerca e lo sviluppo tecnologico' sia alle esperienze internazionali più avanzate che, tra l'altro, sono prese come 'case study' per l'impostazione del nuovo programma regionale per la ricerca e l'innovazione. Si tratta dell'esperienza francese dei poli di competitività, di quella tedesca del Fraunhofer Institute (esempio di struttura di ricerca scientifica dedicata con grande successo all'industria e ad un settore per noi importantissimo come la meccanica e l'elettronica), di quella finlandese, di quella americana (che con il progetto 'Partnership for Growth' che viene presentato per espressa attenzione dell'Ambasciata statunitense in Italia dalla console Dempsey)".

La Regione ha raddoppiato i fondi per ricerca e sviluppo. Imprese e centri di ricerca hanno stipulato oltre 700 contratti di collaborazione, sono più di 1200 i nuovi occupati, oltre 500 i progetti. Molte delle imprese hanno sviluppato progetti di ricerca industriale proprio grazie al finanziamento regionale. Cosa farà ora la Regione?

"Nel nuovo triennio di programmazione continueremo a destinare alla ricerca e all'innovazione una parte molto importante delle nuove risorse che vengono dai programmi comunitari Fesr, che avranno proprio in queste tematiche l'asse prioritario. Alla

ricerca verranno dedicati - insieme al tema del sostegno all'innovazione delle imprese, in particolare per l'Ict e per l'innovazione in campo energetico - oltre 150 milioni di euro. Anche il Programma triennale, poi, sarà dedicato alla promozione della ricerca industriale delle imprese. Stiamo lavorando ad un restyling della legge regionale per renderla ancor più accessibile e semplice nelle procedure, visto che ormai un patto di fiducia tra istituzioni, Regioni e imprese per investire davvero in ricerca e innovazione è stato sottoscritto".

Quanto contano e quanto spazio hanno le giovani menti, i giovani ricercatori alla manifestazione di maggio?

"L'altra novità di R2B è proprio l'area che viene dedicata alla rappresentazione di realtà non solo regionali, ma anche nazionali dell'avvio di attività degli spin-off, cioè delle imprese che nascono dai risultati della ricerca. Forse è il segno più forte della nuova attenzione che è possibile in Italia verso la ricerca e l'innovazione. Sono convinto che questa sia la carta decisiva e che occorra puntare sui giovani talenti, che sono tanti. La soddisfazione più grande è stata quella di aver messo al lavoro oltre 1200 nuovi giovani ricercatori, 300 nei laboratori e 900 nelle imprese. E vogliamo che questo sia il tratto caratterizzante del prossimo programma. Per noi non si deve più parlare tanto di contributi alle imprese quanto di 'coinvestimento' delle imprese e delle istituzioni sul capitale sociale più importante, che è il lavoro dei giovani ricercatori, ai quali va destinata la maggior parte delle risorse" ■





BOLOGNA, 3 / 4 MAGGIO 2007

Quartiere Fieristico

Piazza Costituzione - Pad. 21/22

RESEARCH TO BUSINESS DOVE LA RICERCA INDUSTRIALE INCONTRA L'IMPRESA

**OLTRE 300 ESPOSITORI
350 PROGETTI DI RICERCA
50 EVENTI CONVEGNISTICI**

03/04:05:2007

SEARCH

INNOVATION

2007

3° Salone della Ricerca Industriale

> ALTA TECNOLOGIA MECCANICA > BIOTECNOLOGIE
> ENERGIA E AMBIENTE > ICT > NUOVI MATERIALI E NANOTECNOLOGIE

info: t +39 051 282399 f +39 051 6374014 rtob@bolognafiere.it

www.rtob.it

Organizzato da  **BolognaFiere** con  **Regione Emilia-Romagna**

Insieme a  Ministero del Commercio Internazionale  **ASTER**

In collaborazione con  **CONINDUSTRIA**  **ESSE**  **CONF COOPERATIVE**

Con il contributo di  **GNA**  **60FH**  **Confartigianato**

di Thomas Foschini



Dati positivi dall'indagine congiunturale relativa al quarto trimestre 2006

Si consolida la ripresa, trainata dalle Pmi

La ripresa c'è, e si consolida. Questo, in estrema sintesi, il quadro che emerge dall'indagine congiunturale sull'industria manifatturiera in Emilia-Romagna, realizzata in collaborazione tra Unioncamere Emilia-Romagna, Confindustria regionale e Carisbo. Il quarto trimestre 2006

fa segnare un più 2,5%, proseguendo una tendenza espansiva i cui primi segnali risalgono all'inizio del 2005. Alle spalle, anni di stagnazione, anche se l'Emilia-Romagna è stata una delle poche regioni italiane a tenere sostanzialmente il

passo con l'andamento dell'economia europea, peraltro attardata rispetto alle economie dell'Estremo Oriente e alla stessa locomotiva americana.

Infatti, se riportati su base annua, i dati relativi al quarto trimestre 2006 indicano che la ripresa interessa tutti i comparti produttivi, e tutte le classi dimensionali d'impresa, lascian-

dosi definitivamente alle spalle il triennio 2003-2005, in cui si erano registrate flessioni anche superiori al punto percentuale. Tra i settori migliori, nel quarto trimestre, le industrie manifatturiere che si occupano di trattamento di metalli e minerali metalliferi, più 5,3% rispetto all'ultimo trimestre del 2005. Seguono il tessile, l'abbigliamento, il cuoio e le calzature, con il 3,9%, e l'industria del legno e del mobile, più 3,3%. Anche il comparto meccanico, elettrico e dei mezzi di trasporto fa registrare una crescita del 3,9%, mentre si fermano al 2,1 le "altre industrie manifatturiere", che comprendono il settore chimico e quello del trattamento dei materiali non metalliferi. Solo l'industria alimentare e delle bevande, rispetto alla fine del 2005, si ferma a più 1,4 per cento.

"Il segnale più positivo - nota Andrea Zanlari, presidente di Unioncamere Emilia-Romagna - viene dalla crescita delle imprese di piccola dimensione. Mentre le medie e grandi imprese avevano già manifestato nel corso degli ultimi anni la

capacità di intercettare la crescita internazionale, per le piccole permaneva una situazione di forte difficoltà. I dati 2006 dimostrano che le imprese, anche di piccola dimensione, che hanno saputo puntare sull'innovazione, sia di processo che organizzativa, sulla qualità, su particolari nicchie di mercato sono

IL PUNTO

Il sondaggio di Confindustria

Buone le aspettative

Come si chiuderà il 2007? E più nello specifico, cosa c'è da aspettarsi dai primi sei mesi dell'anno? Confindustria Emilia-Romagna lo ha chiesto a circa 700 imprenditori della regione. Ne è emerso che 46 imprese su cento prevedono di aumentare la produzione nel primo semestre di quest'anno, mentre solo il 7% si attende una diminuzione. Ancora una volta, sono le aziende medie e grandi a vedere il futuro più "rosa", con il 55% che si attende, in genera-

Bene tutti i comparti, in testa l'industria del trattamento metalli. Le "piccole" vincono la sfida dell'export

ancora ampiamente competitive". Infatti, analizzando i dati sulla base della classe dimensionale delle imprese, si nota che se da un lato sono sempre le imprese medie (quelle con più di 50 dipendenti) ad aver fatto registrare la performance migliore – fatturato in crescita del 3,5% rispetto allo stesso periodo del 2005 – anche le piccole e piccolissime imprese hanno chiuso il 2006 con un dato positivo nell'ordine del 2,8-2,9 per cento. In particolare, le imprese emiliano-romagnole in cui lavorano da 10 a 50 dipendenti hanno risposto alle sfide del mercato e della globalizzazione con un più 3% secco di export, il dato migliore in assoluto. Sul versante della produzione, le migliori del 2006 sono state addirittura le piccolissime imprese fino a 9 dipendenti, più 3,1% rispetto all'ultimo trimestre del 2005, mentre le medie si sono fermate a un pur positivo più 1,9 per cento. Il grado di utilizzo degli impianti si è attestato, nel quarto trimestre del 2006, al 77,2%, in recupero di oltre un punto percentuale rispetto al 2005, ma ancora lontano dai livelli registrati nella seconda metà degli anni Novanta.

"L'economia dell'Emilia-Romagna – afferma Anna Maria Artoni, presidente di Confindustria regionale – ha iniziato a correre: stiamo cogliendo i frutti di quella profonda trasformazione e innovazione delle nostre

imprese che abbiamo realizzato nei primi anni Duemila. Tutti gli indicatori previsionali evidenziano un deciso trend di crescita, a partire dalla produzione e dagli ordini esteri". Un segnale importante, da questo punto di vista, la progressiva riduzione della forbice che separa l'Emilia-Romagna dal Veneto sul versante dell'export. In Emilia-Romagna, infatti, nel 2006 le imprese esportatrici erano il 27,1% del totale, e realizzavano all'estero, mediamente, il 40,2% del proprio fatturato. Una percentuale che nel quarto trimestre del 2006 è passata al 27,8%, e gli esperti sono concordi nel ritenere che – se questo trend continuerà – la nostra regione contribuirà entro l'anno all'export italiano in misura maggiore del Veneto. Un'Emilia-Romagna migliore, sul versante del commercializzato estero, anche rispetto all'Italia nel suo complesso: più 10,5%, nel 2006, mentre l'Italia si è fermata al 9 per cento.

Tra i settori che possono dirsi definitivamente fuori dalla crisi, va ricordato quello della moda, che grazie a un aumento della domanda pari al 4,1% ha segnato una netta cesura con la stagnazione dei dodici mesi precedenti, mentre il fatturato chiude in crescita dell'1,2 per cento. Tutti sopra al 2%, gli incrementi negli altri settori, fino alle poderose performance del comparto trattamento metalli. Una ripresa economica, secondo il direttore generale di Carisbo Giuseppe Feliziani, "confermata dal sostenuto aumento dei finanziamenti all'industria manifatturiera, che è stato del 7% nell'ultimo trimestre 2006". Era dal settembre 2000, ha aggiunto Feliziani, "che non si vedevano tassi di crescita così decisi. La domanda di credito, pur continuando a giungere soprattutto dalle aziende medio grandi con una crescita degli impieghi del 10,5%, arriva ora anche dalle aziende più piccole che segnano un significativo incremento del 4,5 per cento. Le nostre industrie ci chiedono credito per finanziare non solo la ripresa, ma anche per sostenere nuovi processi di sviluppo e nuovi investimenti, attingendo maggiori risorse a medio e lungo termine" ■

IL COMMENTO

Cna: "Il miglior risultato di sempre" Volano le modenese

Cinque trimestri consecutivi di crescita, l'ultimo del 2006 il migliore "di sempre", o per lo meno, il migliore da quando Cna ha iniziato a fare questo tipo di rilevazioni. La certezza, che il 2006 sia comunque da archiviare come "anno d'oro" per le piccole imprese modenese, che chiudono l'anno solare con un più 4,2%, sorpassando la grande industria, ferma, si fa per dire, al 4,1 per cento. Ancor più sorprendente la crescita della produzione delle imprese fino a 50 addetti nel periodo ottobre-dicembre 2006, che si attesta al 6,5%, anche in questo caso più del dato medio provinciale, fermo al 5,8 per cento. Da ricordare, tra i piccoli, sentenza Cna, la crescita della produzione media giornaliera, più 5,2%, contro il 4,9% della media modenese. Un trend che si riflette positivamente, per le Pmi modenese, anche sul fatturato, che fa registrare un più 8,5% rispetto all'ultimo trimestre del 2006. Un risultato dovuto, nota Cna, alla forte domanda, che ha mitigato le pressioni al ribasso dei prezzi e consentito alle imprese di migliorare la propria redditività. Spiccano, per la bontà delle performance, i comparti metalmeccanico, più 11%, biomedicale, più 11,2% e alimentare: il più 11,8% di quest'ultimo – il doppio del dato medio provinciale – sta a testimonianza, secondo Cna, "del maggior credito sui mercati di cui godono le produzioni artigianali". Risultati comunque al di sopra di ogni aspettativa, rileva Luigi Mai, presidente di Cna Modena, secondo il quale, a dare competitività alle piccole imprese, "continuano a essere l'internazionalizzazione, l'innovazione, la ricerca, la formazione e la disponibilità di personale qualificato" ■



Industria tra gli imprenditori Prospettive per il 2007

le, una crescita dei livelli produttivi. Buone prospettive anche sul versante dell'occupazione, visto che oltre un quarto degli imprenditori intervistati prevede di assumere nuovo personale entro l'anno. Una previsione "sostanziosa" anche dal netto calo delle ore di cassa integrazione chieste dalle imprese, meno 37,4% quelle richieste in funzione anticongiunturale, meno 4,1 quelle relative a interventi straordinari di ristrutturazione aziendale.

di Silvia Saracino

Quando la ricerca diventa impresa: da Ferrara un caso di eccellenza

PharmEste, uno spin-off da 300 milioni di euro



Terapie innovative per combattere il dolore neuropatico
Potenziale mercato, 7 milioni di pazienti

PharmEste è una favola a lieto fine nel mondo della ricerca italiana, tutta made in Ferrara. Un gruppo di professori dell'Università estense costituisce tre anni fa uno spin off farmaceutico e scopre alcune molecole che con tutta probabilità riescono a contrastare efficacemente il dolore neuropatico, un male che affligge più di un milione di persone in Italia.

Poteva diventare la solita storia della ricerca di base che dopo anni di studi e cinque brevetti internazionali depositati non riesce a entrare nel mercato. E invece la svolta, all'inizio del 2007: un manipolo di grossi investitori internazionali decide di scommettere su PharmEste, con un investimento pari a 3 milioni di euro.

E così lo spin off riesce a completare lo sviluppo preclinico, mentre, tra circa un anno e mezzo, i ricercatori saranno pronti per i primi test sull'uomo. Se tutto va per il meglio i partner sono pronti a investire fino a 20 milioni di euro per i prossimi 4 o 5 anni, il tempo necessario per arrivare allo sviluppo completo del farmaco che sarà poi venduto alle grandi multinazionali. L'amministratore delegato di PharmEste, Mario Faravelli, stima un valore di vendita pari a circa 300 milioni di euro per queste terapie, applicabili a oltre sette milioni di pazienti nel mondo, per una spesa in cure di 2,5 miliardi di euro.

È questo forse il primo accordo in Italia che permette alla ricerca avanzata di dotarsi di strumenti, know how e risorse finanziarie in grado di sviluppare terapie farma-



cologiche capaci di competere a livello internazionale con le grandi big del settore. Anche se, come spiega Faravelli, "noi non siamo una società commerciale, non competeremo direttamente con le multinazionali, ma cercheremo di vendere loro il farmaco". E aggiunge che è bene stare con i piedi per terra: "Teniamo anche presente che ci sono ottime probabilità di riuscita del farmaco, ma anche consistenti probabilità di fallimento".

Tra gli artefici dell'investimento c'è la Regione Emilia-Romagna con il Fondo Ingenium, fondo di seed capital a compartecipazione pubblico-privata dedicato all'investi-

mento in aziende innovative e gestito da Zernike Meta Ventures spa, il primo seed capitalist italiano che investe in start up. Gli altri investitori sono Z-Cube, corporate venture di Zambon Company spa, specializzato nell'area life sciences, Quantica sgr, la prima società di gestione del risparmio in Italia dedicata esclusivamente alla gestione di fondi di venture capital per investimenti in imprese che nascono dalla ricerca scientifica italiana, e State Street Global Investment sgr co-investors, società di gestione del risparmio del gruppo statunitense State Street.

A dire il vero, a spianare la strada

Sopra, Mario Faravelli amministratore delegato di PharmEste

IL PROGETTO

Fondi strutturali per l'innovazione d'impresa Il contributo del Fondo Ingenium

PharmHste è il primo investimento del Fondo Ingenium – pari a un milione di euro – ma già si guarda ai prossimi, previsti a fine aprile. Ad annunciarlo a *Econerre* è Francesca Natali di Zernike Meta Venture – e nel cda di PharmEste – che parla di un consistente investimento nell'Ict in cui Ingenium correrà da solo e un investimento successivo di minori dimensioni nel settore delle energie rinnovabili insieme a un altro finanziatore.

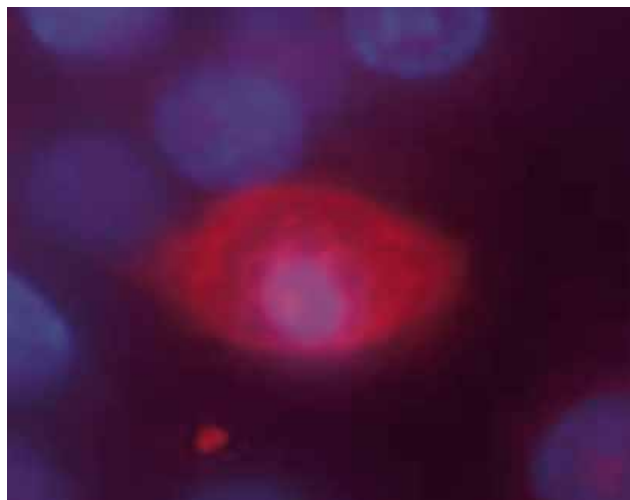
Zernike Meta Venture spa è la joint venture italo-olandese formata dalla società italiana Meta Group e l'olandese Zernike Group e ha sedi in Gran Bretagna, Spagna, Australia, Usa, Argentina e Slovenia. Gestisce oltre 180 milioni di fondi in tutto il mondo tra cui il Fondo Ingenium, promosso dalla Regione Emilia-Romagna (che è il principale investitore del fondo), costituito nel 2003 e pienamente

operativo dal 2005. Ingenium utilizza i fondi strutturali del periodo di programmazione 2000-2006 (Obiettivo 2) e ha una dotazione di circa 10 milioni di euro da investire in imprese innovative, costituendo o già costituite da non più di tre anni e con sede operativa nell'area Obiettivo 2 o Phasing out (sostegno transitorio) della regione. Il fondo acquista partecipazioni temporanee di minoranza in imprese che presentano alti potenziali di crescita ed è questo infatti, il caso di PharmEste, come sottolinea Francesca Natali: "Ci hanno convinto i brevetti già depositati e quelli in progress, le potenzialità del mercato e il fatto che Z-Cube si fosse già occupato dello spin off. Crediamo che questi ricercatori abbiano grandi potenzialità, anche perché sono sul mercato da meno tempo rispetto alle grandi società, ma sono stati più veloci a riconoscere una cura efficace" ■



è stata Z-Cube, che tre anni fa ha dato un piccolo sostegno finanziario a PharmEste, ma soprattutto un primo tutoraggio industriale, per indirizzare in un business plan scoperte scientifiche dalle enormi potenzialità. Un'ulteriore garanzia per i partner che hanno deciso di scommettere sulla società. Dall'altra parte ci sono circa 15 ricercatori provenienti dall'ateneo di Ferrara, alcuni direttamente assunti da PharmEste, altri messi a disposizione dall'Università che ha accettato di vendere a PharmEste l'intera proprietà dei brevetti in cambio di una quota di partecipazione di minoranza. "Sono stato

manager in diverse multinazionali e ho conosciuto molti atenei italiani – spiega Faravelli – e devo dire che l'Università di Ferrara è diversa dalle altre perché oltre al patrimonio di conoscenze c'è anche una forte voglia di innovare e un senso di imprenditorialità non comune". Non che i ricercatori di PharmEste siano i primi ad avventurarsi nello studio del dolore neuropatico, nel quale sono presenti gruppi come Bayer o Pfizer. Si tratta di un dolore che affligge i pazienti diabetici avanzati, quelli colpiti dal cosiddetto "fuoco di Sant'Antonio" e le persone affette da mal di schiena dovuto a causa neuropatica. "Attualmente si usano antidolorifici poco efficaci o antiepilettici che devono essere somministrati di frequente e con pesanti effetti collaterali – spiega l'amministratore delegato – il nostro farmaco tratterà questa patologia in modo più efficace, senza effetti collaterali e con poche somministrazioni" ■



IL COMPARTO

Export raddoppiato in cinque anni Il farmaceutico in Emilia-Romagna

Undici imprese concentrate soprattutto tra Parma e Bologna – dove si trovano otto siti produttivi, e cinque centri di ricerca – per un totale di 3.500 addetti, valore di produzione pari a circa 1,4 miliardi e un export di 450 milioni di euro all'anno, raddoppiato dal 2001 ad oggi. Il settore farmaceutico è decisamente un comparto chiave per lo sviluppo economico dell'Emilia-Romagna e porta la Regione al quarto posto in Italia per presenza di aziende farmaceutiche sul territorio, con Parma e Bologna tra le prime dieci province italiane. L'identikit del settore proviene dai dati raccolti da Farmindustria e dall'Università Bocconi che sono stati presentati a marzo durante il workshop "Settore farmaceutico e sviluppo economico del territorio. Le imprese dell'Emilia-Romagna" presso la sede di Confindustria regionale. L'associazione regionale degli industriali, Farmindustria e le aziende farmaceutiche a controllo italiano hanno voluto con l'incanto avviare percorsi di collaborazione con la Regione, con il mondo della ricerca e dell'università locale per valorizzare le potenzialità del farmaceutico. E la Regione ha garantito il suo impegno: "Data la rilevanza del settore per l'economia regionale – ha sottolineato l'assessore alle Attività produttive Duccio Campagnoli – abbiamo previsto all'interno del prossimo Programma triennale bandi e risorse per promuovere l'innovazione dedicati al settore scienze della vita e farmaceutico" ■

L'Emilia-Romagna? Un'isola felice, ma non mancano le incertezze per Basilea 2

Imprese artigiane a caccia di credito

di Antonella Cardone

Sette miliardi di euro può sembrare una cifra enorme, ma se va spartita tra 147 mila imprenditori diventa piccola cosa: appena 47 mila euro a testa. Eppure a tanto ammontano i prestiti che in Emilia-Romagna nel 2005 sono stati erogati dalle banche alle imprese artigiane. Una somma irrisoria, anche a confronto del totale dei prestiti erogati: è il 5,8 per cento. Eppure qui va meglio che altrove, con la media italiana ferma al 4,4 per cento. E qui esistono strumenti di sostegno al credito che riescono davvero a facilitare un rapporto, quello tra banche e piccole imprese artigiane, che altrimenti sarebbe ancora più conflittuale. In prospettiva, però, l'avvicinarsi delle nuove norme di acces-

so al credito introdotte da Basilea 2, che entreranno in vigore tra pochi mesi, a gennaio 2008, non fanno dormire sonni tranquilli agli artigiani, le cui realtà economiche sono spesso fortemente sottocapitalizzate. E quindi difficilmente, in futuro, riuscirebbero a ottenere finanziamenti a tassi convenienti.

A raccontare la realtà del credito agli artigiani è la ricerca realizzata da Confartigianato sul 2005. "Per quel che riguarda la quantità di credito che ci viene erogato, anche in percentuale rispetto al totale, noi siamo una delle prime regioni d'Italia - osserva il presidente dell'associazione, Giampaolo Palazzi - e questo ci conforta: devo però sottolineare che il nostro contributo al sistema eco-

nomico regionale è percentualmente molto più incisivo della quota di credito che ci viene riservata: insomma, produciamo molto e riceviamo poco credito. Una forbice che vorremmo si riducesse". In effetti, le aziende del settore producono il 15,8% del Pil regionale, oltre il 20% dell'export e sono il 31% del totale delle imprese.

"Sappiamo comunque - prosegue Palazzi - di poter contare sulla Regione, che negli anni ha sostenuto l'artigianato comprendendo il contributo determinante per l'occupazione e la tenuta competitiva del sistema economico dell'Emilia-Romagna". In particolare con il sistema dei Confidi artigiani, che in Emilia-Romagna associano il 61,5% delle imprese iscritte all'Albo artigiani. E, riconosce l'associazione, già si fanno sentire gli effetti della nuova legislazione regionale sull'artigianato varata nel 2006 che dà ulteriore sostegno agli investimenti grazie all'istituzione di un fondo di garanzia: dalla sua entrata in vigore, calcola l'associa-

Finanziamenti regionali a tassi agevolati: già presentate 1.300 domande



LA QUALITÀ

Confidi, garanzie per oltre 600 milioni di euro

Forte anche l'attività di consulenza e guida alle opportunità

I diciotto Consorzi delle Cooperative artigiane di garanzia (Confidi) nel 2005, secondo i dati Confartigianato, nella nostra regione hanno concesso garanzie per 661,44 milioni di euro a 13.913 aziende. La qualità dei finanziamenti garantiti dai Confidi è per il 93,8% a medio-lungo termine, mentre la quota di credito agevolato si attesta sul 40%, nettamente superiore alla percentuale di

incentivi di cui gode il settore artigiano (4,1%) a conferma della capacità dei Confidi di svolgere anche attività di consulenza per consigliare le imprese a utilizzare le migliori opportunità di finanziamento. La struttura dei Confidi artigiani regionali, cui sono associate 94.109 imprese (di cui 7.238 industriali) ha un patrimonio netto di 62,36 milioni di euro e un capitale sociale di 24,36 milioni ■



IL PROGRAMMA

“Investiagricoltura” **Obiettivo competitività**

Si chiama “Investiagricoltura”. E significa mutui agevolati – per un totale di 30 milioni di euro – destinati alle imprese agricole dell’Emilia-Romagna che vogliono investire su nuove macchine e ricerca o per migliorare i loro fondi. Insomma, per essere più competitive. L’iniziativa – un programma pluriennale da qui al 2010 – è della Regione, che con una delibera del 27 gennaio scorso ha già approvato uno schema di accordo con tre istituti di credito, Unicredit, Banca popolare dell’Emilia-Romagna e Banca popolare di Verona e Novara: le stesse banche che dal 2005 svolgono il servizio di tesoreria regionale, e che concederanno mutui agli agricoltori alle stesse condizioni previste per viale Aldo Moro. La Regione, spiega la delibera approvata dalla Giunta, ha deciso di puntare su Investiagricoltura, perché “i meccanismi che contraddistinguono il mercato del credito in Italia creano una oggettiva situazione di svantaggio per le imprese che operano nel settore agricolo rispetto a quelle attive negli altri comparti produttivi”. E le imprese agricole, per le quali perdura lo stato di crisi, “per affrontare in maniera competitiva i processi di globalizzazione dei mercati e di liberalizzazione delle politiche commerciali che sono in atto, hanno sempre maggiore necessità di effettuare investimenti per ammodernare le strutture, adeguare e diversificare i processi produttivi” ■

zione, sono state perfezionate ben 1.300 domande di finanziamento. Di queste, conta la Regione, già 814 sono state ritenute ammissibili, e sono in via di copertura altrettanti progetti che riceveranno, complessivamente circa 9 milioni di euro. Ma c’è posto ancora per finanziare almeno altri mille progetti: per partecipare al bando si può fare richiesta fino a esaurimento dei fondi. Si potranno così ottenere prestiti a tasso agevolato e sostenuti da una doppia garanzia, che opera sul finanziamento richiesto fino all’80 per cento. Le imprese artigiane possono quindi contare su tassi di interesse significativamente più bassi rispetto alle condizioni di mercato, con ulteriori agevolazioni per donne e giovani imprenditori.

La Regione ha infatti istituito un fondo per l’abbattimento dei tassi di interesse su finanziamenti richiesti per investimento e un fondo di “controgaranzia” per accompagnare le garanzie prestate dai Consorzi fidi. Su queste basi viale Aldo Moro ha siglato una convenzione con gli istituti di credito che mettono a disposizione risorse a tassi convenienti, da euribor +0,75 per interventi coperti da garanzia fino all’80%, ad euribor +1,25 per interventi senza garanzia (l’euribor corrisponde, in linea generale, al costo del denaro nelle transazioni tra banche). Su questi tassi convenzionati si applica poi un

abbattimento, per l’intervento di sostegno della Regione, di quasi 2 punti. Abbastanza veloci i tempi di erogazione, sei mesi, posto che l’imprenditore sia subito in grado di presentare alla banca convenzionata la rendicontazione del progetto di innovazione.

Su questa iniziativa la Regione investe 10 milioni di euro per il finanziamento del fondo abbattimento tassi per il 2006 e 11 milioni per il fondo di controgaranzia. “Si tratta – spiega l’assessore regionale alle Attività produttive, Duccio Campagnoli – di un intervento nuovo e importante, perché consente alle piccole imprese di misurarsi al pari delle altre con le nuove regole del credito europeo affiancando l’intervento della garanzia pubblica e dei Consorzi fidi alla determinazione del rating dell’impresa prevista dalle norme di Basilea 2. Le regole europee debbono assicurare alle piccole imprese diritto al credito in modo più trasparente ed oggettivo e non invece penalizzarle”. Ma, al di là di Basilea 2, un’altra preoccupazione attanaglia gli artigiani: i rapporti con le banche che, in particolare in seguito alle fusioni di molti istituti, si sono fatti via via più difficili: “Più crescono – sospira il presidente di Confartigianato – più si allontanano dalle piccole imprese. I vertici delle banche cambiano sempre più spesso e per gli artigiani è sempre più difficile costruire un rapporto di fiducia e di reciproca conoscenza. Questo tipo di rapporti umani rimarrà solo nei piccoli istituti di credito che avranno la forza di resistere”. E che fino adesso sono stati gli interlocutori prediletti dal mondo delle piccole imprese. Tornando ai dati sui prestiti bancari, la situazione è diversa da provincia a provincia. A ricevere di più, in percentuale, sono le aziende piacentine, con il 9% sul totale degli finanziamenti (pari a 504 milioni). Seguono Forlì-Cesena (8%), Ferrara (7,2%), Ravenna e Reggio Emilia (6,2%), Rimini (6,1%), Parma (6%), Modena (5,8%). Fanalino di coda, Bologna con il 3,7% dei prestiti andati agli artigiani. Nel capoluogo sono tuttavia stati erogati i finanziamenti più corposi in termini assoluti (1,238 miliardi) ■

Pubb

di Paolo Chiari

Un futuro promettente per le imprese della regione, da anni attive nei due Paesi

Romania e Bulgaria Si raccolgono i frutti

“L'ingresso in Europa di Romania e Bulgaria rappresenta una nuova opportunità per l'internazionalizzazione delle imprese regionali verso quei Paesi”.

La grande casa europea, da Lisbona ai Balcani, dunque apre le sue porte a una nuova fase di relazioni tra le economie dei suoi Stati membri. Ne è convinto Paolo Galloni, referente per i Balcani di Sprint-Er, lo Sportello della Regione Emilia-Romagna per l'internazionalizzazione:

“Quello che fino a poco tempo fa era considerato il principale vantaggio competitivo

per gli investimenti esteri nell'area, ovvero la manodopera a basso costo, è destinato a terminare dopo l'adesione all'Unione europea. Tuttavia – prosegue Galloni – c'è da sottolineare come la Regione Emilia-Romagna, e le imprese regionali assistite sul quell'area di mercato, abbiano sempre privilegiato investimenti di qualità e non i



bassi salari”. Una presenza, quella regionale in Romania e Bulgaria, che non è dunque cresciuta puntando “a risparmiare” sul costo del lavoro. Anzi, tutt'altro: “Le risorse investite dalle imprese regionali su questi due mercati – prosegue il dirigente di Sprint-Er – hanno generalmente interessato o ampliamenti

di quote di mercato, o investimenti industriali aggiuntivi o complementari rispetto a quelli effettuati sul territorio nazionale”.

Un trend destinato a crescere ulteriormente: “Con l'ingresso nell'Ue – prevede Galloni – i due Paesi potranno attrarre nuovi investimenti anche dall'Emilia-Romagna,

Più infrastrutture e normative certe
Nuovi scenari dopo l'ulteriore allargamento a est

L'ANALISI

Viaggio a Sofia per Emilia-Romagna e Ice

Quindici aziende alla conquista del promettente mercato bulgaro

Regione Emilia-Romagna e Istituto per il commercio estero (Ice) insieme in Bulgaria. L'occasione è stata la missione imprenditoriale rivolta alle imprese dei settori dell'agroindustria e del turismo, organizzata a Sofia dal 19 al 21 marzo scorsi.

La forte crescita dell'economia bulgara e il consolidamento costante delle relazioni economiche con l'Emilia-Romagna sono da alcuni anni un'opportunità per le imprese regionali. In particolare i settori agroalimentare e quello del turismo possono ancora trovare importanti opportunità di business e di investimento in Bulgaria. Ed è stato proprio questo l'obiettivo della missione, cui ha partecipato una quindicina di imprese emilia-

no-romagnole che hanno potuto individuare nuove opportunità di collaborazione commerciale, industriale e del trasferimento tecnologico. I settori economici regionali rappresentati dalla missione sono stati l'agroalimentare, macchine e impianti per la lavorazione e conservazione prodotti ortofruttili, macchine e impianti lavorazione e trasformazione prodotti alimentari, packaging alimentare; turismo, attrezzature alberghiere, compresi i grandi impianti per la ristorazione, piccole attrezzature per bar, ristorazione veloce. Tutte le aziende partecipanti hanno potuto svolgere incontri bilaterali con aziende bulgare ■

L'ANALISI

Privatizzazioni e infrastrutture

Le priorità dei due governi, che aprono agli investitori esteri



in quanto l'adesione ha imposto un miglioramento dell'efficienza del sistema fiscale e un quadro normativo più trasparente. In sostanza, le imprese emiliano-romagnole avranno su quei mercati la certezza di fronteggiare competitor più moderni, in un quadro complessivo di maggiori tutele al dumping sociale. Altri indubbi vantaggi nell'approccio ai due mercati saranno il grande potenziamento in corso dei rispettivi sistemi infrastrutturali". Che si avvarranno di notevoli risorse comunitarie: in Bulgaria, per esempio, l'assistenza finanziaria ha registrato considerevoli importi sia prima dell'adesione (circa 1,2 miliardi di euro nel periodo 2004-2006) sia dopo (4,52 miliardi di euro nel periodo 2007-2009 attraverso vari programmi fino a un importo complessivo di 6,7 miliardi entro il 2013).

Romania e Bulgaria, anche dentro all'Ue, mantengono tuttavia alcune caratteristiche socioeconomiche da tenere in considerazione nell'appro-

recenti rapporti delle istituzioni finanziarie internazionali sono concordi nel disegnare lo scenario economico rumeno per il 2007: deficit corrente in aumento, solida crescita economica e tasso d'inflazione che addirittura supera l'obiettivo della Banca centrale europea. Lo Stato balcanico dovrebbe registrare un rapporto deficit/Pil a due cifre, rispetto alle stime del 9% per lo scorso anno. Sia il Fondo monetario internazionale (Fmi) sia Standard & Poor's stimano che il deficit nel 2007 oscillerà tra il 9 e il 12% del Pil, mentre la Banca nazionale di Romania lo stima al 10 per cento. Nel 2006, la crescita è stata di circa l'8%, il secondo miglior dato di sempre dopo l'8,4% del 2004, ma gli analisti prevedono che la crescita reale si fermerà al 6 per cento. Anche l'inflazione dovrebbe mantenersi sotto controllo, oscillando dal 5 (previsione di S&P) al 6% (Fmi).

Tra le priorità per il 2007 del governo rumeno vi sono le privatizzazioni (a cominciare dall'impianto Daewoo Craiova) e assicurare la stabilità nel regime fiscale per le imprese. Per quanto concerne gli investitori, il livello della flat tax per ora non muterà, poiché nuove tasse potrebbero rallentare la crescita.

Conti in ordine anche per la Bulgaria, dove tra gennaio e novembre 2006 gli investimenti diretti dall'estero (Ide) sono aumentati su base annuale del 67 per cento. Gli Ide hanno raggiunto così un ammontare di 3,3 miliardi di euro, pari al 13,9% dell'intero Pil 2006. Secondo i dati preliminari elaborati dalla Banca centrale bulgara circa il 50% degli investimenti è stato legato all'acquisto di proprietà immobiliari o allo sviluppo di altri progetti immobiliari trainati dal settore turistico ■



L'ACCORDO

Rapporti istituzionali più stretti

Contea di Iasi Siglata l'intesa

Un futuro di rapporti più stretti: questo il senso della dichiarazione d'intenti firmata fra la Regione Emilia-Romagna e la Contea di Iasi, nel Nord-Est della Romania. L'intesa è stata siglata da Lucian Flaiser (presidente della Contea rumena), Monica Donini (presidente dell'Assemblea legislativa dell'Emilia-Romagna) e Vasco Errani (presidente della Giunta regionale). La delegazione rumena ha fatto tappa a Ervet, Aster e Unioncamere Emilia-Romagna, dove sono state approfondite le potenzialità di collaborazioni nei settori più promettenti (meccanica, costruzioni, agroalimentare, tessile, nuove tecnologie, turismo). "Ora è possibile dare nuovo slancio alle azioni di partenariato con altre Regioni europee - ha ricordato Flaiser, alludendo al recente ingresso nell'Ue - nella consapevolezza che la Romania ha molto da imparare, ad esempio nell'organizzazione amministrativa e nel decentramento istituzionale. A breve cominceranno a pervenire i fondi europei, e la collaborazione con realtà evolute come l'Emilia-Romagna è indispensabile per una corretta ed efficiente gestione delle risorse, finalizzata a sviluppare infrastrutture, preparazione del personale pubblico, educazione e salute dei cittadini, sviluppo delle realtà rurali".

Con oltre 800 mila abitanti, seconda città della Romania dopo Bucarest, Iasi è collegata dal 2003 con il suo aeroporto a quello di Bologna. L'intesa firmata punta a sviluppare ulteriori progetti relativi anche a formazione professionale, scambi culturali, tutela dei minori. "Queste forme di relazione fra le realtà a potestà legislativa più prossime ai cittadini - ha sottolineato Monica Donini - sono il modo migliore per costruire l'Europa".

cio al business su quei mercati. La Romania, per esempio, con circa 22 milioni di abitanti è tre volte più popolosa della Bulgaria (sette milioni). Anche per questo ha cominciato ad accogliere fin da una decina di anni fa alcuni investimenti significativi di aziende e gruppi regionali interessati (un migliaio in totale le presenze) a questo vasto mercato di potenziali consumatori. È il caso di Unicredit (forse l'istituto bancario nazionale più internazionalizzato), o di Parmalat, presente con una sua filiale produttiva dal 1996 nella produzione di succhi di frutta, o di Ducati Energia, che ha recentemente inaugurato a Brasov un nuovo stabilimento investendo 120 milioni di euro. E nella stessa località è nato formalmente nel 2002 l'omonimo parco industriale dove, grazie al sostegno della Regione Emilia-Romagna, dall'anno scorso è operativa una ventina di aziende regionali.

Il mercato rumeno piace anche alla riminese Scm (leader mondiale nelle macchine per il legno) o alla Viro di Zola Predosa (Bo), produttrice degli omonimi lucchetti, o alla Wam di Modena (macchine per la movimentazione di polveri e granuli), tutte presenti con filiali produttive. E la Romania è sempre al centro di iniziative internazionali anche delle stesse amministrazioni provinciali della regione. Come è successo a Parma, dove la Provincia ha promosso e sostenuto, con i fondi regionali, il progetto "Meccanica-Romania", grazie al quale otto imprese permensi per un anno verranno assistite nell'accesso promozionale e commerciale nel

Paese balcanico. Anche il sistema camerale regionale sta da tempo facendo la sua parte, con iniziative ad hoc anche presso le stesse Camere di commercio provinciali, come quella realizzata a Modena con l'apertura di uno sportello per le relazioni con la Romania.

Turismo e agroindustria sono invece i biglietti da visita della Bulgaria, che nel 2005 ha ricevuto 10 milioni di turisti. La ricostruzione e il rinnovamento urbanistico, lo sviluppo del turismo, le attività innovative e la crescita della produttività delle Pmi, la costruzione di infrastrutture idriche, stradali e ferroviarie sono alcune delle priorità previste dai programmi nazionali in Bulgaria e finanziabili dai Fondi europei.

L'interesse delle imprese italiane e regionali (circa un centinaio quelle presenti a Sofia) si concentra sia in operazioni dirette, con la costituzione di società di diritto bulgaro, sia indirettamente, con la fornitura di impianti, tecnologie e servizi, esecuzione di opere finanziate dai fondi europei. La Regione, a sostegno delle aziende regionali, nel 2003 ha aperto anche un Desk nella capitale bulgara, che ha collaborato all'organizzazione nel 2005 di oltre 50 missioni di imprese regionali in quel Paese, e alla costituzione di una quindicina di società con capitali emiliano-romagnoli. Cir Food di Reggio Emilia, Copia di Piacenza, Reginigas, che a fine febbraio 2005 si è aggiudicata la gara per la distribuzione del gas nella regione della Traika, sono alcune delle realtà regionali presenti in Bulgaria ■

La firma della dichiarazione d'intenti firmata fra la Regione Emilia-Romagna e la Contea di Iasi



Pubb

di Margherita Pugliese

I cinesi hanno risollevato le sorti del comparto, e ora riescono a fare utili **Ceramica, “tagliatori” dagli occhi a mandorla**

Piace poco ai lavoratori, perché è un mestiere faticosissimo, piace poco agli imprenditori perché i committenti pagano prezzi troppo bassi. Così, al posto degli imprenditori e dei lavoratori nostrani, arrivano i cinesi a risollevare le sorti del settore del taglio della ceramica sassuolese. Per ora – è l'allarme lanciato dagli industriali locali – sarebbero almeno una quarantina le aziende di rifinitura rilevate da imprenditori con gli occhi a mandorla. Che riescono in quel che per gli italiani è impresa ardua: trovare qualcuno disposto a lavorare nelle loro fabbriche.

Neanche a dirlo, anche a compensi più bassi di quelli pretesi dagli italiani. Del resto, le aziende che si occupano del taglio delle ceramiche e rifiniscono listelli e battiscopa, rosoni o addirittura mosaici su rete, da tempo rischiavano la chiusura, soprattutto

per gli scarsi margini di guadagno. Così, una alla volta, le fabbriche sono state rilevate da imprenditori cinesi, che hanno assunto in prevalenza connazionali e ora proseguono, con tutti i numeri in attivo.

Ciononostante, pare ancora lontano il giorno in cui danarosi capitalisti cinesi, oltre a fare concorrenza dall'Asia, acquisteranno in forze i nostri gioielli industriali, e, avverte Maria Weber, docente di Relazioni internazionali alla Bocconi di Milano, “non bisogna dimenticare quello che è veramente il punto di forza della Cina, cioè la capacità di accumulare riserve in valuta estera, che nel 2005 arrivavano a 728 miliardi di dollari americani. I cinesi sono sempre stati grandi risparmiatori, hanno in tutto il mondo la maggiore percentuale di risparmio e una grande propensione all'investimento. Quindi è necessario attirare in Italia gli investitori cinesi e, perché no,

offrire l'acquisto di alcune aziende italiane in crisi. Questa è la vera politica per sopravvivere alla crescita cinese, non i dazi o le barriere”. In altre parole, in un mondo sempre più globale, bisogna “rassegnarsi” alle scelte di chi ha liquidità disponibile, e la spende dove ritiene più opportuno, che sia un attico a Manhattan, una raffineria a Dubai o l'intero complesso della ceramica sassuolese.

Per questo la preoccupazione strisciante che quella del taglio sia solo la testa di ponte di una prossima “invasione” cinese sull'intero settore ceramico, non viene nascosta da nessuno, a Sassuolo. Già dal 1993, del resto, la Cina è il maggior produttore mondiale di ceramica, e oggi la produzione annuale raggiunge 2,5 miliardi di metri quadrati di piastrelle, con le esportazioni nel 2005 pari a 300 milioni di metri quadrati. Un colosso che fa apparire formiche le 320 aziende produttive dislocate nel

Distretto sassuolese
alle prese
con globalizzazione,
caro petrolio
e dollaro debole



I PROGETTI

Confindustria Ceramica in missione in India **La sfida dei nuovi mercati**

Cercare nuovi mercati dove poter offrire a un prezzo più alto prodotti che i cinesi ancora non riescono a realizzare: quelli innovativi di alta qualità. È questa la sfida delle ceramiche nostrane, e per questo Confindustria Ceramica – con il suo ex presidente, Sergio Sassi, attualmente presidente della Commissione Internazionalizzazione di Confindustria Emilia-Romagna – ha partecipato, nelle scorse settimane, alla visita ufficiale in India del Governo italiano.

Una visita di particolare interesse anche per l'industria ceramica nostrana, se si pensa che nel 2005 la produzione indiana di pia-

strelle era pari a 243 milioni di metri quadrati a fronte di oltre un miliardo di abitanti. Straordinarie appaiono le potenzialità di sviluppo di questo mercato. In primo luogo, spiega una nota di Confindustria Ceramica, perché il consumo pro capite di piastrelle è pari a 0,2 metri quadrati annui per abitante; a questo si aggiunge che da alcuni anni l'economia indiana cresce a ritmi dell'8-10%. Infine, c'è la dichiarata volontà da parte del Governo indiano di agevolare la crescita attraverso una maggiore apertura del mercato interno, attirando gli investimenti diretti esteri ■

distretto modenese, che pure concentrano l'80% della produzione nazionale di piastrelle per pavimenti e rivestimenti ceramici, la quale, a sua volta, rappresenta circa il 30% di quella mondiale.

Eppure il vero pericolo, per l'industria ceramica come per tutte le attività produttive modenesi, non assume i colori del giallo, ma del verde dei dollari americani, secondo il presidente della Camera di commercio di Modena, Alberto Mantovani: "La ripresa - avverte, sfogliando l'ultima analisi congiunturale redatta dal suo ufficio studi - è ormai un dato di fatto, ma c'è un tasto dolente, gli ordinativi esteri in calo tendenziale: e la spina nel fianco è proprio il dollaro. Sta vivendo una continua e progressiva svalutazione rispetto all'euro, e ciò causa un sempre maggiore rallentamento della domanda estera, al contrario dei loro prodotti, che trovano maggiore mercato nell'area euro". E, aggiunge il presidente di Confindustria Ceramica Alfonso Panzani, il deprezzamento del dollaro, unito alla crescita dei costi industriali che per le ceramiche sono aumentati del 3,78% nel solo primo semestre 2006, "schiaccia i margini reddituali delle imprese italiane, soprattutto di quelle di minori dimensioni" ■



L'ANALISI

Un futuro dalle prospettive incerte

Confortanti performance in Europa e Paesi dell'Est, ma pesa la stagnazione del mercato nordamericano

Calma piatta per le ceramiche italiane: Confindustria Ceramica ha registrato per il 2006 una conferma nei volumi dell'anno precedente, e prevede un 2007 di sostanziale stasi: ci si attende una produzione stabile, meno 0,1%, a fronte della quale si segnalano lievi incrementi delle quantità totali vendute, più 0,6%, indirizzate sia in Italia, più 0,3%, sia ai mercati esteri, più 0,8%. Pochi milioni di metri quadrati di differenza che potrebbero mitigare il caro petrolio, ma non abbastanza per contrastare il deprezzamento del dollaro e, con esso, del settore immobiliare degli Stati Uniti, primo mercato estero per l'industria italiana delle piastrelle di ceramica.

Le cifre 2006 di Confindustria Ceramica rivelano una produzione a 568,9 milioni di metri quadrati, meno 0,2%, vendite a 562,8 milioni, più 0,5%, derivanti dall'export (392,7 milioni, più 0,7%) e dalle vendite domestiche (stabili a 170,1 milioni). A fronte di una stasi nelle aree estere di più antica presenza, si registrano significative performance verso i nuovi Paesi Ue, più 6,9%, negli altri Paesi dell'Europa orientale, più 4,6%, e del Medio Oriente, più 7,7%. Vanno poi aggiunti gli oltre 100 milioni di metri quadrati, in crescita, prodotti all'estero da aziende italiane. Sul versante della redditività, emerge come anche il 2006 sia stato un anno di forte tensione sui margini operativi. L'analisi, svolta da Confindustria Ceramica sulle dinamiche dei costi relativi al primo semestre 2006, evidenzia infatti una crescita del

costo di produzione del 3,78%, determinata dal caro energia (più 26,6% quella termica, più 18,12% l'elettrica) e dalla crescita nel costo del lavoro, più 3,34%. Allevia le preoccupazioni il pur limitato aumento dello 0,4% dell'export verso l'Europa comunitaria: "Ha un grande valore - osserva Alfonso Panzani, presidente di Confindustria Ceramica - perchè si tratta dell'area che assorbe il 53% delle esportazioni totali italiane e perchè rappresenta un'inversione di tendenza dopo anni di contrazione". Variazioni in Paesi come la Germania (più 1% nei consumi di ceramica), Francia (0,7%), Benelux (3%), Regno Unito (4%) ma soprattutto nuovi membri Ue (più 7,3%) "rappresentano segnali a cui prestare attenzione". Come un rinnovato interesse rivestono le aree Medio Oriente e Nord Africa, più 3,5%. Sono in stallo invece le vendite verso il Nord America, mentre prosegue la debolezza di Australia e Far East. Sempre in aumento il consumo di piastrelle, più 7,1% nel 2006, ora a 7,9 miliardi di mq, e destinato a crescere sia nel 2007 (più 6,7%) che nel 2008 (più 6,6%), secondo le stime di Confindustria Ceramica: un dato dopotutto confortante, anche se l'associazione invita a non dimenticare gli squilibri valutari nelle bilance commerciali e nei conti della pubblica amministrazione che colpiscono diversi grandi Paesi nel mondo, Usa in testa. E le cui politiche di rientro sono destinate a incidere non poco anche sul comparto ceramico ■



di Thomas Foschini

Non solo Lambrusco e Sangiovese: le mille voci di Bacco lungo la via Emilia

Una guida al bere Doc, da Piacenza a Rimini

“Bacco nostro, che sei in cantina, sia vinificato nel tuo nome”, questa la preghiera goliardica della scuola di enologia di Conegliano Veneto, per molti anni, prima dell’invenzione del corso di laurea dedicato, passaggio obbligato per generazioni di enologi.

E quando Bacco parla emiliano-romagnolo, il viaggio non può che cominciare dai colli di Piacenza, dove i grappoli lucenti danno origine ai celebri rossi Barbera e Bonarda Doc – il primo disponibile nelle versioni fermo e frizzante, il secondo anche spumante – vini delicati che ben si abbinano a primi piatti, pesce, carni bianche. Da una sapiente miscela di questi due vitigni nasce poi il Gutturino, rosso giovane e frizzante – ma anche fermo e invecchiato, per intenditori – simbolo di una tradizione vitivinicola antica, quella piacentina, autonoma sia rispetto alla regione nel suo complesso, sia rispetto alla stessa Emilia.

Di solito Bacco preferisce le colline, perché è in questi ambienti, dove l’acqua non ristagna nel terreno, dove il sole accarezza i grappoli senza arrostirli e la neve copre la campagna senza che il ghiaccio indurisca il terreno, che molti vitigni esprimono i migliori risultati. E sono spesso ambienti di questo tipo che, in Emilia-Romagna, possono fregiarsi della Denominazione di Origine Controllata, disciplinari alla mano. Ecco quindi una sottile linea di confine, man mano che dai colli piacentini si scende verso Parma, capitale della cosiddetta “food valley” e punto di riferimento dell’agroalimentare europeo: anche qui si producono Barbera e Bonarda, ma il disciplinare prevede – da cui l’evi-



denza che si sta entrando nell’“altra” Emilia – piccole quantità, massimo 15%, di uve Lambrusco. Da notare le versioni “riserva”, 24 mesi di invecchiamento obbligatorio. Quindi i bianchi dei colli di Scandiano e Canossa: di colore giallo paglierino, secco o amabile, si ottengono dalla varietà di Sauvignon detta Spergola, con aggiunte varie, dal Pinot, alla Malvasia, al Trebbiano di Romagna. Della stessa Denominazione di Origine anche il rosso Cabernet Sauvignon, ottenuto dall’omonima uva per almeno l’85%.

Ma Reggio, insieme a Modena e Bologna ovest, è anche terra di Lambrusco, altra grande icona d’Emilia. Se ne produce sulle prime

colline, certo – vedi il corposo Lambrusco Grasparossa di Castelvetro – ma anche nella vasta pianura che va da Reggio Emilia a Bologna (in particolare nelle varietà reggiana e di Sorbara, dal nome del piccolo centro capoluogo dell’omonima zona di produzione modenese), fino al Salamino di Santa Croce, che deve contenere almeno il 90% del vitigno da cui prende il nome, tipico della bassa modenese al confine con il mantovano. Rosso o rosato, secco o amabile, il Lambrusco si abbinava a quei prodotti che hanno reso la gastronomia emiliana famosa nel mondo, dai formaggi stagionati ai salumi, dalla pasta ripiena alle carni lavorate. Un mondo, quello del

Un patrimonio prezioso da promuovere nel segno della qualità

Lambrusco, che cede il passo, oltre il Reno, alle varietà Doc dei colli bolognesi, dove si bevono i rossi Barbera e Barbera Riserva, quest'ultimo invecchiato per almeno tre anni, e il Pignoletto, vitigno autoctono coltivato in varie zone della regione, che nella Denominazione di Origine bolognese assume i suoi caratteri più



celebri. Quindi il bianco frizzante e il Cabernet Sauvignon, che nella varietà "Riserva" si propone come pregiato vino da meditazione, con particolare riferimento a quello, per così dire d'élite, imbottigliato in piccole cantine a gestione familiare.

Dai colli d'Imola in poi – che danno il nome ai Doc bianchi, e ancora una volta, al Barbera – si entra nella Romagna dei vini, quella regione storica che ha adottato il grappolo d'uva come simbolo, insieme al Passator Cortese e alla caveja campanèna. Un'identità complessa, quella vitivinicola romagnola, che ha la sua punta di diamante nell'Albana passito a Denominazione di Origine Controllata e Garantita – unico Docg della zona –



FORMAZIONE

Con tre milioni di ettolitri, secondi in Italia per le esportazioni dopo il Veneto

Emilia-Romagna "numero uno" al Vinitaly di Verona

L'Emilia-Romagna, da sola, esporta un quinto del totale nazionale, pari a circa 3 milioni di ettolitri di vino all'anno: seconda solo al Veneto, che viaggia attorno ai 4 milioni. Sostanzialmente stabile negli anni sia il valore dell'export che la produzione, oltre 6 milioni di ettolitri, mentre la superficie coltivata a vigneto – rileva una ricerca del 2006 del Servizio Produzioni Vegetali della Regione Emilia-Romagna – risulta pari a 60mila ettari. Tra i punti di forza della viticoltura regionale, una buona varietà, un importante patrimonio di vitigni autoctoni, un adeguato standard qualitativo in tutte le fasce di prezzo. Tra le pecche del comparto, rileva la Regione, l'eccessiva frammentazione della produzione, la scarsa conoscenza del mercato da parte degli stessi produttori, peraltro non sempre aggiornati rispetto alle moderne tecniche di coltivazione della vite che puntano sulla qualità del grappolo e non più, come in passato, sui grandi numeri. Fattori che rendono urgente, nota la Regione, una "profonda ristrutturazione", sia dei vigneti, che della mentalità di chi coltiva: da qui i contributi regionali per il rinnovo del vigneto emiliano-romagnolo; ma dallo stesso presupposto parte anche l'impegno promozionale e di comunicazione che ha visto la Regione in prima fila, negli

ultimi anni. Veicolo principale, l'Enoteca Regionale di Dozza, nell'imolese, "cerniera" fra Emilia e Romagna, per ragioni geografiche, ma anche ponte fra il mondo della produzione, della commercializzazione e della promozione del vino. Da qui la partecipazione dell'Enoteca Regionale a fiere nazionali e internazionali di settore, che sono culminate nel Vinitaly di Verona, dal 29 marzo al 2 aprile scorsi. Quattro giorni di conferenze, convegni, degustazioni e abbinamenti tra i vini tipici e la migliore gastronomia regionale: quest'anno, la Regione Emilia-Romagna – insieme a Enoteca e Unioncamere – occupava il padiglione numero uno, proprio di fronte all'ingresso. Non è cambiato il logo sulla facciata dello stand, "Tanto piacere", scelto per il secondo anno consecutivo per contraddistinguere l'ospitalità e l'amore degli emiliano-romagnoli per la qualità della vita, dei sapori e dell'ambiente. Al centro dello stand, "Piazza Emilia Romagna", sulla quale si affacciavano il grande banco d'assaggio e i corridoi di accesso alle singole zone produzione del territorio, dove nascono i vini più tradizionali.

Una partecipazione in grande stile, dunque, per l'Emilia-Romagna, che può contare su una qualità in crescita e sul recupero, già avviato, di importanti posizioni di mercato.

Ma il Vinitaly 2007 è stato anche un'occasione importante per festeggiare la nascita del coordinamento regionale delle Strade dei Vini e dei Sapori dell'Emilia Romagna, nonché il debutto di "Romagna Terra del Sangiovese", il risultato della fusione delle quattro Strade della Romagna. In più, la Regione ha presentato a Verona anche la prossima apertura di "Casa Artusi", un centro culturale di promozione della più genuina cucina tradizionale, con sede a Forlimpopoli (Fc).

Proprio il binomio vini e gastronomia ha costituito il filo conduttore della partecipazione dell'Emilia-Romagna a questa edizione della manifestazione, con lo stand della Regione che è stato teatro di un ricco cartellone di eventi "per raccontare una produzione vitivinicola in costante crescita di qualità – ha dichiarato l'assessore regionale all'Agricoltura Tiberio Rabboni – insieme alla cultura gastronomica di una delle regioni europee a maggiore tradizione alimentare". Oltre ai vini – circa 300 etichette per un centinaio di produttori emiliano-romagnoli – sono stati proposti al pubblico, nello spazio espositivo che occupava un'area di circa tremila metri quadri, anche diversi aceti balsamici tradizionali di Modena e Reggio Emilia, ed olii certificati a marchio Dop ■



L'Emilia-Romagna esporta tra milioni di ettolitri di vino all'anno, pari a un quinto dell'intera produzione nazionale. La superficie della Regione coltivata a vigneto si attesta attorno ai 60mila ettari

impagabile con i dolci; quindi, per restare ai vini dolci, la Cagnina di Romagna, apprezzabile in modo particolare se accompagnata da un piatto di fumanti caldarroste. Ma anche il tradizionale Albana Doc, secco o amabile, un vino dalle tradizioni antichissime che coniuga la vena aromatica del vitigno con una decisa componente alcolica. Ma se c'è un vino che significa Romagna – pur rifacendosi a un viti-

gno ampiamente diffuso anche altrove – questo è il Sangiovese, che, in alcune zone bene individuate delle dolci colline romagnole lentamente digradanti verso il mare, prende il nome di Sangiovese Superiore. Diverse le zone di produzione, dai colli di Faenza – che danno il nome anche a diversi Doc rossi e bianchi – ai rilievi del Rubicone, da cui proviene il marchio più famoso. Molti, moltissimi i vini Doc imbottigliati tra la valle del Sillaro e quella del Foglia, storici confini della Romagna, ma è soprattutto il Trebbiano Doc che, assieme al Sangiovese, costituisce un altro simbolo della cultura vitivinicola della riviera. Particolarmente apprezzabile la versione che dà origine al Bosco Eliceo, il cosiddetto “vino delle sabbie”, l'unico Doc che nasce dalla fascia costiera a ridosso dell'Adriatico da Ferrara a Cervia. Il “vino delle sabbie” è disponibile anche rosso, a base di uve Fortana, Merlot e Sauvignon. Il Rosso Fortana, più comunemente chiamato Uva d'Oro, ha il sapore della leggenda: si narra che Renata di Francia, sposa di Ercole II d'Este, avrebbe portato in dono al marito una varietà di vite detta Uva d'Oro, probabilmente per la sua provenienza dalla Costa d'Oro francese: un vino delicato, l'unico rosso di Romagna – parola di sommelier – che si accompagna bene al pesce. Fino al Pagadèbit, che nasce dall'uva Bombino Bianco. Il massimo, assicurano gli intenditori, da accompagnare ad un altro simbolo della Romagna: piadina, squaquerone e rucola.

“Liberaci dall'acqua”, questa la naturale conclusione della “preghiera” degli enologi del tempo che fu: purché, s'intende, a vincere sia sempre la qualità, unico vantaggio competitivo, dati alla mano, del vino “made in Emilia-Romagna”. In un mondo in cui – come ben sanno gli addetti ai lavori – è molto difficile tutelare marchi e vitigni autoctoni solo con le norme di legge, mentre, allo stesso tempo, è indispensabile farsi conoscere, forti di un patrimonio di tradizioni agricole e di know how enologico che, per il momento, ha pochi rivali a livello mondiale ■

LA RICERCA

Alla conquista dei “tre bicchieri”

Slow Food nel 2006 ha premiato cinque vini regionali

Sono moltissimi i concorsi di livello nazionale e internazionale in materia di vino. In questo campo, come ben sanno i produttori, conta il prestigio, la credibilità – e, perché no, la stessa valenza promozionale – dell'ente che istituisce il concorso. E in prima fila, in materia di vino, c'è Slow Food, che, in collaborazione con la nota guida “Gambero Rosso”, nel 2006 ha passato al vaglio per il diciannovesimo anno consecutivo 15.476 vini italiani, per 2.126 produttori.

Cinque i vini regionali che hanno ottenuto i “tre bicchieri”: un Malvasia Passito dei Colli Piacentini “Vigna del Volta”, annata 2003, dell'azienda agricola La Stoppa, e un Ronco dei Ciliegi 2002 di Castelluccio (Forlì); quindi altri tre romagnoli, il Sangiovese Superiore Pietramora (Riserva 2003, Fattoria Zerbina), il Sangiovese Superiore Pruno (Riserva 2001, Drei Donà, tenuta La Palazza), il Sangiovese Superiore Terra di Covignano (Riserva 2003, San Valentino) ■

Pubb

Una regione in prima linea contro la dispersione scolastica

*Sono numerose le azioni intraprese per aiutare i ragazzi
Un quadro analitico, nel libro di Paolo Terenzi*

di Rita Bigoni

Ragazzi che abbandonano la scuola superiore, che rinunciano anzitempo a conseguire un titolo di studio. Studenti che ripetono l'anno, che vengono bocciati oppure promossi con pesanti debiti formativi, che frequentano in maniera irregolare e hanno un rendimento decisamente basso. Tutti questi fenomeni oggi rientrano, contrariamente a quanto si diceva tempo fa, nella definizione di "dispersione scolastica".

Dall'importante figura del "tutor" al sempre maggiore coinvolgimento delle famiglie

Non più, dunque, pura evasione dell'obbligo scolastico, ma espressione di numerose cause

generatrici di disagio giovanile e problema grave e articolato, affrontato da più parti e richiamato all'attenzione dal Consiglio europeo di Lisbona del 2000. Dall'analisi del problema e delle azioni atte a contenerlo è nato "Contrasto alla dispersione e promozione del successo formativo. Buone pratiche in Emilia-Romagna", il libro di Paolo Terenzi che si basa su una ricerca commissionata dall'Ufficio scolastico regionale per l'Emilia-Romagna al dipartimento di Sociologia dell'Università di Bologna: dal testo emerge un quadro analitico delle ricerche e delle politiche realizzate nell'ultimo decennio in Europa, ma anche una descrizione dettagliata di alcune azioni di contrasto promosse da diversi soggetti sul territorio emiliano-romagnolo.

Il quadro delle azioni intraprese in regione, infatti, è complessivamente positivo e tratteggia una situazione piuttosto ampia e differenziata. I soggetti coinvolti nella lotta alla dispersione scolastica sono infatti pubblici, privati e del terzo settore, mentre le

azioni si rivolgono principalmente ai ragazzi delle scuole secondarie di primo e di secondo grado e ai giovani adulti che, per diversi motivi, non hanno portato a termine un regolare percorso di studi.

Nonostante i dati evidenzino in Emilia-Romagna una percentuale di dispersione scolastica inferiore alla media nazionale, emerge una scuola che deve imparare a uscire dai limiti della pura trasmissione delle competenze disciplinari, ma anche una sempre maggiore consapevolezza che una stretta correlazione dell'istituzione scolastica con le famiglie e con le altre componenti della comunità territoriale gioca un ruolo positivo e fondamentale nell'educazione dei giovani.

Le strategie di contrasto prese in esame dal libro di Terenzi sono variegata e si inseriscono in contesti e situazioni diverse. Si va dalla creazione di un buon clima di accoglienza al momento del passaggio da un ordine di scuola a un altro – un momento estremamente critico per i ragazzi – alla capacità degli educatori di fornire risposte alla scarsa motivazione allo studio, alle carenze nel metodo e all'incapacità di gestire il tempo. Dall'inserimento della figura di un tutor a fianco del regolare corpo docente all'attivazione degli "sportelli di ascolto", fino all'attività di ri-orientamento per i casi di errori nella scelta del percorso formativo. Nel panorama regionale emergono poi alcuni progetti che presentano caratteri di eccellenza e innovazione tali da potere diventare significative – vere e proprie "buone pratiche" – anche a livello nazionale.

"Contrasto alla dispersione e promozione del successo formativo. Buone pratiche in Emilia-Romagna" è edito da Franco Angeli e contiene una presentazione di Lucrezia Stellacci e una postfazione curata da Pierpaolo Donati. L'autore, Paolo Terenzi, è ricercatore in Sociologia dei processi culturali presso l'Università di Bologna. Tra le sue pubblicazioni, "Per una sociologia del senso comune. Studio su Hannah Arendt" (Rubbettino, Soveria Mannelli, 2001) e "Ideologia e complessità. Da Mannheim a Boudon" (Studium, Roma, 2002) ■



“Prodotto certificato Alto Adriatico”: al via le iniziative di “Occhio al marchio”

Cento eventi per gustare pesce azzurro di qualità

Un progetto ambizioso, frutto di anni di lavoro e impegno: ora che il marchio regionale di certificazione del pesce sta diventando realtà, parte una campagna per la promozione del settore ittico e per la tutela dei consumatori. “Occhio al marchio – La strada del pesce”, questo il nome della campagna, prevede oltre un centinaio di iniziative, da qui all'estate, per promuovere il logo del pesce blu “Prodotto certificato Alto Adriatico”. Il programma, articolato su base provinciale, punta a informare il consumatore sia sulla qualità certificata del pesce Alto Adriatico, sia sulle differenze tra i prodotti ittici e sulla convenienza a consumare pesce di stagione. Varie le tipologie di eventi previste: dalle “Vetrine del pesce” dell'Adriatico, con iniziative presso dieci centri commerciali e pescherie, alle 55 serate enogastronomiche che si terranno nei ristoranti aderenti all'iniziativa. In questi ristoranti sarà anche possibile assistere a lezioni di cucina, partecipare a degustazioni e ricevere pubblicazioni su specie ittiche e stagionalità: tra queste, il calendario “Le quattro stagioni del pesce dell'Adriatico” e

“Alimentazione sana”, che presenta le varietà più famose di pesce azzurro, la dieta ai frutti di mare, le proprietà benefiche di molluschi e crostacei. Da Comacchio a Cattolica, i ristoranti cucineranno, per una settimana a testa, pesce certificato dell'Adriatico. La “maratona” è partita il 19 aprile da San Romualdo di Ravenna, per proseguire il 20 a Lido di Savio, per poi coinvolgere, nei mesi estivi, tutta la riviera. Da ultimo, una terza tipologia di eventi “in mare aperto”: il pubblico avrà l'opportunità di visitare le marinerie storiche della riviera, da Goro a Cattolica. Previsti anche incontri con ragazzi e genitori negli istituti scolastici riminesi.

La finalità della campagna regionale, che segue all'istituzione del marchio unico, consiste in particolare in una migliore integrazione tra i diversi attori della filiera ittica, dalle imprese commerciali e di trasformazione a quelle di pesca, che hanno adottato o adotteranno il marchio “Prodotto Certificato Alto Adriatico”. Il marchio, già istituito, sarà formalizzato con registrazione ministeriale, quindi gestito e concesso dalla Regione stessa,

che intende porsi come garante della sicurezza di tutta la filiera, dalla produzione alla trasformazione e alla distribuzione del pesce. Scopo non secondario dell'istituzione del marchio, far crescere il consumo e la quota di mercato del pesce autoctono, poiché a fronte di una crescita generalizzata dei consumi di pesce, per ora a beneficiarne sono state soprattutto le importazioni, e non altrettanto il pesce fresco e lavorato a livello locale. ■



LA NORMATIVA

Arriva il sì dell'Assemblea La Regione approva il nuovo Piano ittico

L'Assemblea legislativa ha approvato con il voto favorevole della maggioranza il Piano Ittico Regionale. Il provvedimento dà attuazione alle legge regionale 11/1993 sulla “Tutela e sviluppo della fauna ittica e regolazione della pesca in Emilia-Romagna”.

Con questo strumento di programmazione – redatto con il contributo delle Province e delle associazioni di pesca e di protezione ambientale – la Regione si propone di regolamentare, da qui al 2010, a livello dei bacini idrografici, le iniziative tecnico-scientifiche rivolte alla valorizzazione del patrimonio ittico. Tra i temi oggetto del Pir, lo sviluppo della pesca professionale e sportiva e la definizione delle aree di tutela, nonché la reimmissione delle specie a rischio di estinzione e gli interventi necessari a ridurre l'impatto antropico. Fra le novità, la valorizzazione della pesca a fini turistici e il consolidamento della relazione fra Regione e Province, tramite le convenzioni di programma. ■

I DATI

Pronta l'adesione della filiera della pesca

Molte realtà regionali hanno scelto il logo per la tracciabilità

In Emilia-Romagna i consumi di pesce sono aumentati del 10% tra il 2000 e il 2004, a fronte di una diminuzione della produzione della pesca marittima e lagunare del 16%, e le importazioni cresciute di 18 punti percentuali. Da qui la pronta adesione al marchio “Prodotto Certificato Alto Adriatico” da parte di undici fra le più importanti aziende regionali della pesca. Tra queste, tutti i principali consorzi e le organizzazioni di produttori, come il consorzio dei pescatori di Goro, il consorzio

dei pescatori Linea Azzurra di Rimini, la cooperativa Pescatori di Cesenatico, le associazioni dei produttori di Cattolica. Sono già 15 le ulteriori richieste di adesione, tanto che ad oggi, le imprese aderenti al marchio di qualità rappresentano già il 90% delle attività di lavorazione e commercio ittico della regione – con i consorzi e le associazioni aderenti che riuniscono circa 600 imprese di pesca – per un fatturato che si attesta a quota 800 milioni di euro. ■

di Giuseppe Sangiorgi

I risultati della "customer satisfaction" 2006: il 92% disponibile a tornare

Riviera di Rimini promossa dai turisti

Il popolo delle vacanze promuove ancora la riviera di Rimini. Dall'indagine di "customer satisfaction" – promossa dall'Agenzia per il Marketing di Distretto della Provincia di Rimini, con Camera di commercio e Convention Bureau, e realizzata dal Master in gestione e sviluppo dei servizi turistici dalla sede

riminese dell'Università di Bologna – emerge una valutazione complessivamente positiva. "I turisti – spiega il docente universitario Attilio Gardini – assegnano per qualità dei servizi di ospitalità offerti nel 2006 un voto superiore all'otto, di media, in tutti i segmenti della domanda: 8,02 per il balneare, 8,10 per lo sportivo, 8,17 per il congressuale. La media di tutte le valutazioni di qualità – aggiunge Gardini – attribuite dagli ospiti ai singoli servizi fruiti è inferiore a quella

globale. C'è quindi un effetto positivo della cultura riminese dell'accoglienza e dell'ospitalità, che migliora la percezione complessiva di qualità nei turisti".

L'indagine – che si pone l'obiettivo di ottenere parametri conoscitivi oggettivi sul livello di soddisfazione dei turisti con riferimento ai principali servizi offerti, ambiente urbano, servizi di spiaggia, ospitalità alberghiera, leisure e tempo libero, congressi – mette in luce fattori di successo e criticità del turismo nelle destinazioni riminesi, Bellaria Igea Marina, Rimini, Riccione, Cattolica e Misano. Nel turismo balneare, spiaggia (per pulizia, servizi e accoglienza) e albergo (trattamento, camera, cucina) ottengono il maggior gradimento, prima di ristorazione e divertimento. Note negative sono la qualità del mare e i trasporti. Il comparto sportivo premia gli eventi organizzati, poi location e attrezzature, albergo, mentre sono giudicati negativamente i servizi igienici degli impianti, la sicu-

rezza urbana, la viabilità e i parcheggi. Tra i congressisti che frequentano Rimini, accoglienza (in albergo e all'evento), servizi per i convegni, camere e informazioni turistiche sono indicati come eccellenze, mentre gli aspetti critici sono ancora parcheggi, viabilità e traffico, trasporti, rumorosità e sicurezza urbana.

Afferma di voler tornare sulla Riviera di Rimini il 92% dei turisti balneari e congressuali, percentuale che sale al 97 per gli sportivi. La delusione principale è il mare, motivo sufficiente per decidere di non tornare, anche per chi viene a Rimini per un congresso o un evento sportivo. Tra i congressisti, infatti, l'addio è legato soprattutto alla qualità del mare d'inverno caratterizzato da scarsa fruibilità, mancanza di servizi e inquinamento ambientale derivante dall'abbandono e dalle rudimentali protezioni dei manufatti contro le mareggiate: "Mi ha colpito – dice il presidente della Camera di commercio di Rimini Manlio Maggioli – questo aspetto della ricer-

Voti positivi per ristorazione, spiagge e hotel. Da migliorare, mare e viabilità

ca della domanda: 8,02 per il balneare, 8,10 per lo sportivo, 8,17 per il congressuale. La media di tutte le valutazioni di qualità – aggiunge Gardini – attribuite dagli ospiti ai singoli servizi fruiti è inferiore a quella

LA RICERCA

Grande attenzione al prezzo

Gli intervistati giudicano "equo" il costo dei servizi alberghieri. Percepiti come "troppo cari" tutti gli altri, specie bar e ristoranti

Tutti i turisti intervistati pongono attenzione ai prezzi. Sono giudicati equi, da tutte le classi sociali e di età dei segmenti analizzati, i prezzi dei servizi alberghieri. Gli altri sono invece considerati dall'ospite quasi tutti cari, con punti di maggiore criticità per quelli praticati nei bar e ristoranti.

Dalla serie storica delle indagini di customer satisfaction, si evidenzia un trend positivo per l'innovazione e il miglioramento delle camere di albergo. Il miglio-

ramento è più marcato negli alberghi congressuali, più 2,27%, e sportivi, più 2,62 per cento. Si registra invece una leggera tendenza negativa per la qualità dei servizi accessori (internet, sauna, palestra). La spiaggia è il principale fattore di successo di Riviera di Rimini, in tutti i segmenti: la qualità percepita dei servizi è eccellente e superiore, ma tuttavia tende a diminuire, e questo, notano i rilevatori, "rappresenta un campanello d'allarme" ■



ca: occorre rendere la battigia accessibile ed attraente, almeno con qualche attività in alcune giornate, altrimenti è inutile promuovere il mare tutto l'anno". I deficit della qualità urbana e dei servizi legati alla vivibilità della destinazione, pur essendo connotati negativamente nei giudizi, soprattutto per il segmento balneare (periodo di massima congestione), non determinano la decisione di non ritornare, tuttavia, aggiunge Maggioli, "sono necessarie risorse adeguate per parcheggi e viabilità". Serve, conclude il presidente, "un indirizzo pubblico per individuare le priorità: il fatto che il turismo mondiale cresca del 15-20% e noi no, è un segnale inequivocabile".

"Con le ricerche di customer satisfaction - risponde l'assessore provinciale al turismo Andrea Gnassi - abbiamo individuato i punti forti e deboli della nostra offerta. Ora è tempo di aprire un nuovo ciclo: indagheremo tra i 'non clienti' di Riviera di Rimini per capire con quali altre destinazioni ci mettono in concorrenza. Le prossime indagini avranno come scenario l'arena competitiva internazionale in cui Riviera di Rimini gioca oggi le sue carte e dove può diventare una locomotiva che ha, come cuore, il balneare e l'economia dei servizi alla persona e, come gambe, l'economia della conoscenza" ■



Manlio Maggioli, presidente Camera di commercio di Rimini "Nel 2006 gli stranieri sono tornati in massa In decisa crescita export e occupazione"

L'economia è tornata a crescere, un po' in tutti i settori". La ripresa c'è, e si vede: tanti i segnali positivi che il Presidente della Camera di Commercio di Rimini, Manlio Maggioli, ha colto dalla presentazione del 13° Rapporto sull'economia della provincia di Rimini 2006-2007, realizzato con la collaborazione di Prometeia srl e il sostegno della Fondazione Carim.

Presidente, che indicazioni di massima emergono dalla ricerca?

"L'industria manifatturiera, che può contare su distretti come quelli del legno, della moda, della nautica, tutti fortemente qualificati, nel 2006 è cresciuta sia in termini di valore della produzione che di fatturato ed export. In agricoltura, c'è una diminuzione del numero delle imprese, ma si evidenziano nuovi percorsi di qualità nelle aziende. In crescita l'edilizia, bene il commercio, i servizi ed il terziario avanzato. Mi sembra importante il forte incremento del settore Ict, salito dell'8% nel 2006: un dato significativo perché denota un atteggiamento aperto sulla realtà e sulle necessità della nostra economia, e si traduce in innovazione, soprattutto a supporto dei servizi legati al turismo".

Tra i dati più evidenti, l'aumento del Pil del 5,6%, l'andamento positivo del mercato del lavoro, e la crescita del numero delle imprese.

"La ricchezza prodotta in provincia nel periodo 2003-2005, in tutti i settori, è aumentata del 5,6%, dato superiore alla media regionale. Gli indici registrati per il mercato del lavoro sono molto positivi e segnalano l'avvicinamento agli obiettivi di Lisbona, che hanno fis-

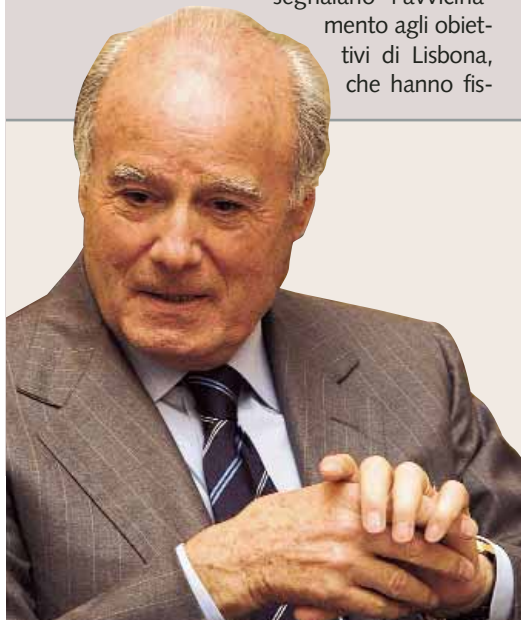
sato al 2010 un tasso di occupazione pari al 70%. Oggi Rimini si assesta al 65,8% con un aumento di due punti percentuali sul 2004, vicino alla media dell'Emilia-Romagna. Le imprese attive in provincia di Rimini mostrano un trend crescente nel quinquennio, essendo salite dalle 30.852 imprese attive del 2001 alle 33.430 del 2006, con un aumento dell'8,4 per cento".

Segnali positivi anche dal commercio estero.

"Sono 541 le imprese riminesi operanti abitualmente con l'estero e il saldo della bilancia commerciale segna più 384.076.254 euro. La crescita delle esportazioni è pari al 15,6%, rispetto ad una media regionale dell'8,6% e nazionale del 7,3. Il tasso di apertura a Rimini è ancora molto al di sotto della media regionale, ma in salita rispetto all'anno precedente di 1,7 punti. C'è ancora molto da fare, ma vogliamo credere che questa performance positiva sia frutto anche di tutte le azioni che la Camera di commercio di Rimini sta facendo nel campo dell'internazionalizzazione".

Il turismo resta l'architrave del sistema economico riminese.

"Nel 2006 si è invertito il trend negativo degli ultimi anni, grazie soprattutto ai turisti stranieri che in massa sono tornati sui nostri lidi. Accanto al segmento balneare, che rimane centrale, crescono congressuale e fieristico, come conferma l'alto grado di soddisfazione manifestato dagli ospiti (vedi indagine di Customer Satisfaction, ndr) Le dinamiche del turismo nel Mediterraneo, la ripresa dell'economia tedesca, l'affacciarsi di nuovi turisti dall'Est, fanno pensare che la tendenza possa durare nel tempo.



“ QUALI CRITICITÀ VANNO RISOLTE?

Abbiamo bisogno che Rimini sia una città ancora più bella e confortevole, specie nelle zone mare, che è in genere quella che accoglie per prima il turista. È necessario migliorare la viabilità interna ed esterna, intervenendo sia sulla mobilità che sulle infrastrutture, decisive per lo sviluppo del territorio, che altrimenti rischia di bloccarsi. ”

di Giuseppe Sangiorgi

È il risultato della fusione delle cooperative Agrifrut, Emiliafrutta ed Intesa

Agrintesa, il colosso dell'ortofrutta italiana

Sarà la prima realtà produttiva e commerciale dell'ortofrutta italiana. Aggregazione è la parola chiave della strategia che ha portato alla nascita di Agrintesa, la realtà che punta ad affermarsi come protagonista sul mercato ortofrutticolo globale, consolidando la propria capacità competitiva. Il nuovo "colosso", nasce dalla fusione tra le cooperative Agrifrut Romagna, punto di eccellenza nel cesenate (per la produzione di pesche, kiwi e ortaggi), Emiliafrutta di Castelfranco Emilia (leader per susine, ciliegie e pere) e Intesa, storica realtà faentina (al vertice per ortofrutta e vino italiani).

I numeri che disegnano la "carta di identità" di Agrintesa, delineano la portata dell'operazione: una base di oltre 8.000 soci, per una superficie di 12.700 ettari coltivati ad ortofrutta e

quasi 6.500 ettari investiti a vigneto, una produzione di circa 340.000 tonnellate di frutta e 150.000 tonnellate di uva, valore della produzione pari a poco meno di 240 milioni di euro, liquidazione superiore ai 97 milioni di euro, patrimonio netto di oltre 66 milioni di euro. Un capitale agrario che si esprime anzitutto nella dimensione: oltre il 16% dell'intera superficie ortofrutticola emiliano romagnola - pari a 130 mila ettari - più di 200 dipendenti fissi, di cui 50 tecnici qualificati, e circa 260.000 giornate di lavoro. Ma è anche nella gamma di offerta - con una concentrazione di produzioni specializzate e di pregio - che si traduce l'opportunità, per le singole aziende, di unire non solo le produzioni, ma anche professionalità ed esperienze diverse.

A guidare Agrintesa è stato chiamato in qualità di presidente Raffaele Drei, già al timone di Intesa, mentre Maurizio Gardini di Agrifruit e Piergiorgio Lenzerini di Emiliafrutta sono stati designati vicepresidenti. "Il

legame con il territorio - sottolinea Raffaele Drei - sarà un principio fondante: vogliamo difendere la frutticoltura del territorio e portarla sui mercati globali. Con questo nuovo soggetto associativo, che può contare su una gamma estremamente ampia con oltre 80 referenze, dal biologico all'alta qualità, si potrà avere un assortimento completo, secondo le moderne esigenze della distribuzione. In questo modo vogliamo garantire una sempre migliore redditività ai produttori associati e migliorare il servizio alla clientela italiana ed estera". Razionalizzare e riduzione dei costi sono le parole d'ordine del piano industriale, che permetterà di "raggiungere importanti economie di scala, migliorare l'efficienza gestionale, ottenere una forte specializzazione e integrare l'offerta produttiva, assicurando risposte appropriate al mercato globale".

La razionalizzazione riguarda innanzitutto le strutture produttive che saranno suddivise in base alle diverse

"Capitale agrario" del nuovo soggetto, oltre il 16% dell'intera produzione emiliano-romagnola

I DATI

Bene cereali, frutta e vino, dopo un deludente 2005

Agricoltura, la ripresa c'è

Nonostante un 2005 deludente e il forte ridimensionamento subito dal comparto bieticolo-saccarifero a causa della riforma dell'Ocm, l'agricoltura dell'Emilia-Romagna si è rimboccata le maniche e ha reagito ottenendo un recupero nel 2006. Lo scorso anno infatti la produzione lorda vendibile agricola ha raggiunto circa 3.564 milioni di euro, con un aumento del 3% rispetto ai 3.468 milioni del 2005, secondo i dati del Servizio Programmi, monitoraggio e valutazione della Direzione regionale Agricoltura. A trainare la ripresa sono stati soprattutto i prezzi di cereali, frutta e vino, che hanno segnato un netto aumento rispetto ai livelli minimi raggiunti nella precedente cam-

gna. Il valore delle produzioni cerealicole è aumentato del 15% mentre le ortive hanno segnato un +2,1 per cento. Un andamento positivo che comunque non è ancora riuscito a dare una svolta al settore dei seminativi il cui valore della produzione lorda vendibile è calato di quasi 5 punti percentuali rispetto al 2005. Sul versante frutta il 2006 si è chiuso in netto attivo con 678 milioni di euro - un incremento del 19% rispetto al 2005 - e il settore vitivinicolo ha raggiunto 256 milioni di euro, +12 per cento. L'andamento dell'export non è stato particolarmente brillante, segnando un aumento sul 2005 del 6,2% a fronte però di un incremento del 9% dell'anno precedente ■



fasi della lavorazione: A Cesena e Forlì il ritiro del prodotto conferito dai soci, che poi verrà trasferito a Gambettola e S.Agata sul Santerno. Vignola sarà invece la piattaforma per il ritiro della produzione di ciliegie e susine, mentre il sito di Castelfranco ospiterà lo stoccaggio di buona parte della produzione di pere e susine e dell'intero raccolto di ciliegie. Agli stabilimenti di Intesa toccherà invece la lavorazione di kiwi, pesche, nettarine, kaki, albicocche, susine e mele. Il procedimento porterà al miglioramento dei coefficienti medi di lavorazione e all'ottimizzazione dei servizi (manutenzione e affitti): che tradotto in euro, significa una riduzione dei costi stimata in oltre 1,7 milioni. La riorganizzazione commerciale sarà improntata alla massima flessibilità nei rapporti con i clienti attraverso la presenza di account nella sede centrale e di category manager in quelle periferiche, specializzate per prodotto.

Una struttura eccellente che, come ricorda il presidente di Agrifrut Maurizio Gardini, "ha sancito il consenso a un modello approvato dalla base, e non calato dall'alto". Anche il presidente di Emiliafrutta, Pier Giorgio Lenzarini, sottolinea come la nuova società sia "una grossa opportunità per continuare a crescere". Gianni Amadei, che ricopriva la stessa carica in Intesa, è stato chiamato a

dirigere il nuovo soggetto: "La nascita di Agrintesa - nota - rappresenta la risposta della cooperazione agricola al nuovo scenario ortofrutticolo, caratterizzato da segmentazione della domanda, globalizzazione dei mercati, destagionalizzazione dei consumi ed aggregazione del sistema distributivo". Fenomeni a cui Agrintesa risponde con "concentrazione dell'offerta, la specializzazione dei bacini produttivi e il miglioramento delle tecnologie e della logistica e un settore ricerca e sviluppo per l'acquisizione di brevetti industriali" ■



Pier Giorgio Lenzarini, presidente di Emiliafrutta, Paolo Bruni, presidente di Apo Conerpo, Raffaele Drei, presidente Agrintesa (già di Intesa), Gianni Amadei, direttore Agrintesa, Maurizio Gardini, presidente Agrifruit

L'ACCORDO

Apofruit e Agra, un progetto da 230 milioni

Undici stabilimenti produttivi, da Cesena a Modena

Una cooperativa da 290 mila tonnellate di prodotto per un valore di produzione pari a 230 milioni e un patrimonio netto di 60 milioni. Sono i numeri della fusione tra Apofruit Italia, uno dei leader italiani nel settore dell'ortofrutta fresca con sede a Cesena, e l'Agra Aiproco, cooperativa ortofrutticola modenese. Già dal primo aprile ha preso il via l'iter - l'incorporazione di Agra Aiproco in Apofruit - che sarà completato con la fusione operativa dal 1 gennaio 2008. La nuova struttura avrà 11 stabilimenti di produzione, 4 centri di ritiri e stoc-

caggio. "Il nostro obiettivo - dice il direttore generale di Apofruit, Renzo Piraccini - è costituire una nuova impresa in grado di dare risposte ai 3.800 soci di Apofruit e ai 640 di Agra Aiproco riducendo i costi e puntando all'innovazione". Nel giro di due anni l'azienda potrà contare su un risparmio di costi di 1,2 milioni. "Diventeremo specialisti in alcuni settori - aggiunge Piraccini - come quello delle pere, di cui potremo vantare una produzione di 29 mila tonnellate, ma anche di ciliegie e susine, di cui potremo valorizzare l'origine del territorio modenese di Vignola". In dote ad Apofruit, Agra Aiproco porterà anche 21 mila tonnellate di ortofrutta fresca abruzzese, per un valore di 14 milioni di euro, e cinque mila tonnellate di ortofrutta biologica prodotta in provincia di Palermo. Secondo Luciano Sita presidente di Legacoop Agroalimentare "questa integrazione è la testimonianza che nel nostro Paese è possibile far avanzare processi di rafforzamento della cooperazione agricola indispensabili per dare risposte positive alla sfida competitiva delle nuove organizzazioni di mercato nel paese a livello europeo". L'operazione segue a quella di Agrintesa. "Il fatto che queste iniziative vengano dal sistema cooperativo - commenta l'assessore regionale all'Agricoltura Tiberio Rabboni - testimonia che in questo momento è il settore più capace di rispondere alla globalizzazione dei mercati e alle esigenze di fare reddito delle singole imprese agricole" ■



Pubb

Sport Moles, l'arbitro che non può sbagliare

L'idea del dipartimento di ingegneria elettronica dell'ateneo bolognese, accolta dalla lega Volley

di Dario Giordo

Una "talpa" in campo per sapere se un pallone è dentro o fuori. Niente spionaggio, solo ingegneria applicata allo sport: si tratta delle "sport moles" (talpe dello sport, appunto), un sistema ideato da alcuni docenti del dipartimento di Ingegneria elettronica dell'Università di Bologna per stabilire con assoluta certezza quando un pallone tocca o meno le linee di un campo di pallavolo.

Addio contestazioni grazie a sofisticati sensori posti sotto il campo da gioco a guardia delle linee

Il team di esperti, composto dai professori Gaetano Pasini e Lorenzo Peretto, dall'ingegner Roberto

Tinarelli e da Pierpaolo Zennaro, ha cominciato a lavorare sul sistema nella primavera del 2006, dopo esser stato contattato dalla Lega Volley nazionale. Un po' di tempo per pensarci, poi l'ok alla sfida. Un'attività costante fino a dicembre, poi nei primi mesi di quest'anno i test in palestra, quindi nei campi della serie B-1, fino al grande banco di prova delle Final Four di Coppa Italia al Forum di Assago. Esame peraltro brillantemente superato, con grande soddisfazione da parte dei vertici della Lega. E ora si punta a una diffusione più capillare, perché l'idea dei padri delle talpe è quella di fare una dimostrazione alla Federazione internazionale.

Ma come funziona il sistema progettato dagli ingegneri dell'Alma Mater bolognese? "Un sensore collocato sotto le linee del campo scambia informazioni con un'unità di elaborazione - racconta il professor Peretto - e grazie a un algoritmo è in grado di determinare se la palla ha toccato il bordo". Niente paura nel caso in cui a toccare la linea sia un elemento diverso dal pallone, come

una parte del corpo di un giocatore, perché l'algoritmo è in grado di elaborare dati relativi a forze diverse. Il margine di errore, quindi, si riduce praticamente a zero, e il sistema si è rivelato anche più affidabile di altri, come quello progettato in precedenza da equipe brasiliane e giapponesi che consisteva nella presenza di sensori magnetici all'interno del pallone. "Ad Assago siamo andati sicuri - continua Peretto - grazie soprattutto ai confortanti test preliminari, anche se avevamo paura che le fonti di interferenza presenti nel weekend delle Final Four, come microfoni e televisioni, potessero disturbare i sensori. In condizioni di massimo stress, invece, le talpe dello sport non hanno fallito".

Sui costi del programma il professor Peretto preferisce non sbilanciarsi: "In fase di produzione sono diversi, ma si tratta comunque di processori non particolarmente evoluti. Spese contenute, insomma, alla portata di tutti, anche perché la Lega ci aveva chiesto qualcosa che potesse essere utilizzato anche nelle serie minori o nei settori giovanili".

Sdoganate grazie alla pallavolo, le "talpe" potrebbero ora trovare applicazione anche in altri sport. "Il sistema - va avanti Peretto - è adatto anche al tennis senza che debba subire modificazioni. Stiamo anche pensando di provarlo nell'atletica, in particolare in quelle discipline come il salto in lungo, il lancio del giavellotto e del martello in cui è fondamentale capire se una riga viene toccata".

Niente da fare, però, per le discussioni più annose, che avvengono sui campi di calcio: "Le 'sport moles' non possono essere usate nel calcio, perché spesso per determinare se un pallone ha varcato la porta non c'è un contatto con la linea". Si dovrebbero verificare solo casi come quello del gol fantasma di Zelayeta, guarda caso al Dall'Ara nel giorno di Bologna-Juventus, quando la sfera sbatté prima contro la traversa per poi toccare, senza superare del tutto, la linea di porta. Un'eccezione: ma niente paura, perché il dipartimento ha già in cantiere un progetto - per ora top secret - che potrebbe porre fine anche a questo tipo di movieole ■



di Alberto Nico

Compagnia generale riprese aeree, big mondiale nei fotorilevamenti

Cgr, “cartografi” in volo con strumenti hi-tech

Sono parmigiani i cartografi del terzo millennio, che abbandonati sestanti, cannocchiali e compassi ora prendono l'aereo e usano tecnologie a base di laser, sensori iperspettrali e fotocamere digitali.

“Le attuali tecnologie disponibili per i rilevamenti cartografici consentono di andare oltre il visibile, un concetto che ormai appartiene solo alla cartografia classica”, spiega Domenico Basili. La sua professione è quella del cartografo, moderno dunque hi-tech. Guida il settore cartografico della più importante impresa italiana di fotogrammetria aerea, la

Con 150 addetti, la società parmense opera per governi e agenzie statali italiane ed estere

Alcune immagini delle attività svolte da CGR (Foto ag. AD&D)

parmigiana Compagnia generale riprese aeree (Cgr), tra i “big” mondiali del settore.

“L'Italia vanta una lunga tradizione cartografica e geodetica – ricorda Giovanni Banchini, direttore generale di Cgr – che si sviluppò grazie a tre poli principali prima della seconda guerra mondiale: quelli di Roma, Firenze e Parma. Qui le attività del settore cominciarono fin dagli anni Trenta con i primi rilievi topografici lungo il bacino del Po con la società Carra, che all'epoca impiegava dalle 200 alle 300 persone. Dal successo e dalle competenze di quella prima realtà parmense, nacque Cgr, che fu fondata nel 1969 dall'ex-topocartografo di Carra, Licinio Ferretti, che seppe poi coniugare la sua passione per la fotogrammetria con quella per il volo. Un binomio rivelatosi in seguito fondamentale per lo sviluppo e la continua innovazione tecnologica della società, come dimostra la crescita di Cgr in tutti questi anni”.

Acquisita dalla multinazionale norvegese Blom Asa alla fine del 2005, l'azienda emiliana ha ora 150 dipen-



enti e una flotta di otto aerei, tra cui un jet subsonico per le riprese ad altissima quota. I velivoli sono tutti dotati di botole fotogrammetriche e hanno base all'aeroporto Giuseppe Verdi di Parma, dove si trova anche la sede principale di Cgr.

Per gli eredi di Tolomeo, l'invenzione dell'aeroplano ha segnato una tappa

fondamentale, che ora va a braccetto con quella dell'immagine digitale. Ma l'aereo è solo uno strumento tecnico per il cartografo del terzo millennio, che nei laboratori a terra studia e “tratta” i dati acquisiti a bordo del veivolo, da sofisticatissime strumentazioni quali il Mivis (Multispectral infrared and visible imaging

LA STORIA

Milioni di scatti dall'Europa all'Africa

Obiettivo dei fotorilevamenti, l'ambiente e i centri urbani

La Compagnia generale riprese aeree (Cgr) è uno dei leader indiscussi del rilevamento aereo mondiale. Lo dimostrano i numerosi progetti aerofotometrici realizzati in 35 anni di attività. Tutto cominciò nel 1969 con il rilevamento aereo del tracciato topografico dell'allora costruenda Autostrada del Brennero. Successivamente la società, completata la mappatura aerofotografica del territorio e delle aree urbane italiane (che verrà successivamente aggiornata a più riprese) ha

cominciato a volare e a fotografare oltre i confini nazionali. Nel 1979 la vediamo sui cieli della Somalia a riprendere in scala 1:10.000 il fiume Giuba e altre zone con pellicola bianco e nero. Nello stesso anno, a qualche migliaio di chilometri di distanza, Cgr procede in Etiopia ai rilievi aerofotogrammetrici per la bonifica del medio bacino del fiume Awash in Dancalia e delle aree vicine al lago Zuwai negli Arussi, riprendendo anche il Nilo bianco in Sudan ■



IL PROGETTO

Dall'Emilia la risposta a Google Earth

Il nuovo servizio web di Microsoft ha acquistato dall'azienda di Parma le foto delle città europee

spectrometer). Si tratta di uno scanner iperspettrale, tra i più utilizzati dalla Compagnia generale riprese aeree per i rilevamenti aerei di monitoraggio ambientale.

La mappatura aerea delle coperture in amianto degli edifici, per esempio, è uno degli impieghi dello strumento, utilizzato anche in numerosi progetti di ricerca, in partnership con Cnr e Università di Parma. Grazie a questa tecnologia è stata studiata la presenza degli scarichi inquinanti in mare tramite lo studio del comportamento termico delle acque costiere.

Ma la tecnologia impiegata dall'azienda parmigiana non si limita al Mivis. Un altro strumento ampiamente utilizzato per committenti quali agenzie governative, centri di ricerca, amministrazioni regionali o clienti privati è il sensore digitale Ads40. Un gioiello hi-tech da circa due milioni di dollari acquisito, prima in Europa, dalla società emiliana. "La novità rispetto alle camere digitali tradizionali - sottolinea Basili - è la possibilità di avere una sola immagine, registrata in modo continuo durante il volo e non più una sequenza indefinita di immagini".

Una volta acquisita in volo (tramite il Mivis, l'Ads40 o la tecnologia al laser Lidar) tutta l'informazione viene immagazzinata sugli hard-disk da 5-600 giga ciascuno ospitati anch'essi all'interno del veivolo, per essere poi "scaricata" sui sistemi informatici a terra dopo l'atterraggio.

"Attualmente, la realizzazione di cartografia numerica, di mappature tridimensionali di aree urbane o naturali - sostiene Basili - è possibile a costi infinitamente più bassi rispetto al passato, cui si associano i vantaggi dell'aumento delle possibilità di indagine aerofotometrica e delle riso-

Con la diffusione di massa delle tecnologie dell'informazione digitale, anche l'ambito operativo di Cgr sta avvicinandosi velocemente al grande pubblico, uscendo dal mondo degli addetti ai lavori. Un esempio è il nuovo servizio Web di Microsoft (www.local.live.com), la risposta del colosso Usa al successo mondiale di Google Earth), che per le sue mappe fotografiche mondiali si avvale su licenza delle immagini acquisite dalla società emiliana, relative alle città europee con oltre 50mila abitanti. "La differenza di questo prodotto rispetto al concorrente - spiega il direttore generale di Cgr Giovanni Banchini - è che le immagini saranno a breve disponibili in tridimensione, grazie alla particolare tecnologia con cui sono state realizzate". Forte di 35 anni esperienza e quattro milioni

di scatti aerofotogrammetrici in lungo e in largo per la penisola italiana, la società parmigiana ha lanciato anch'essa un prodotto simile a quelli citati (www.terraitaly.it), rivolto sia a privati che agli enti della Pubblica Amministrazione. Si tratta di una rappresentazione fotografica dell'intero territorio nazionale, con foto aeree e ortofoto digitali a colori a elevato contenuto informativo grazie all'alta definizione sul terreno, variabile da un metro a 50 centimetri per l'intero territorio nazionale, e fino a 10 centimetri per le principali aree urbane italiane. Un unico e prezioso grande libro aerofotografico della storia d'Italia in costante aggiornamento, a disposizione di studiosi, urbanisti e decision maker per documentare, nel bene e nel male, l'evoluzione socio-geografica del paese. ■



luzioni d'immagine nettamente superiori".

Non per niente Cgr ha al suo interno anche una divisione che si occupa di produrre software, banche dati, sviluppo cartografico e modelli 3D, per completare e integrare in tutti suoi aspetti l'offerta di servizi alla clientela.

"Nel corso degli ultimi anni - afferma il direttore generale Banchini - ci siamo affermati come global service

internazionale nel rilevamento aereo di ogni tipo di informazione presente sul territorio. La zona operativa di copertura aerea di Cgr comprende tutta l'Europa fino al Nord Africa, con circa 2.500 ore di volo l'anno, di cui circa il 40% effettuate all'estero. Con un fatturato di una ventina di milioni di euro l'anno, contribuiamo così al 20% circa del giro d'affari del maggiore operatore mondiale del settore, la norvegese Blom ASA. ■

Pubb

E l'azienda di Granarolo dell'Emilia pensa già al grande salto: il listino Star

Monti Ascensori, una sfida "in salita"

di Stefano Cattellani

Da piccola impresa artigiana a società quotata che può diventare un player europeo nel settore della manutenzione degli ascensori: tutto in poco più di trent'anni. La storia della Monti Ascensori di Granarolo dell'Emilia assomiglia ad una bella galoppata, ad una continua sfida in salita, come lo sono quelle che deve affrontare ogni giorno, per mestiere. Un lavoro, quello dell'azienda bolognese, che per molti aspetti è legato al mondo delle utility che hanno

siglato con Monti Ascensori contratti pluriennali, nonché da ricavi da servizi programmati. Ma sono molte le ulteriori caratteristiche e peculiarità che piacciono agli investitori, italiani e stranieri, tanto che Monti Ascensori si espande integrando società e attività senza rallentare il ritmo di crescita. Così, il titolo prezzato 2 euro il 27 luglio del 2005 alla Borsa di Milano, ora viaggia attorno ai 3,5 euro.

In luglio, Monti Ascensori completerà il secondo anno dalla quotazio-

ne in Borsa nel segmento Expandi, e il business plan annunciato dall'amministratore delegato Patrizio Colombarini – che segue l'area finanza – è in continua revisione "al rialzo". Il fatturato 2006 si attesterà a 25,5 milioni, segnando una crescita di 30 punti percentuali sul 2005, mentre già nel corso di questo 2007 il monte lavori arriverà a 30 milioni. In più, le previsioni 2008 annunciate alla comunità finanziaria – la stima era di 38 milioni – sono state aggiornate a quota 42 milioni, alla luce di nuove normative di sicurezza che porteranno alla revisione di grandi impianti.

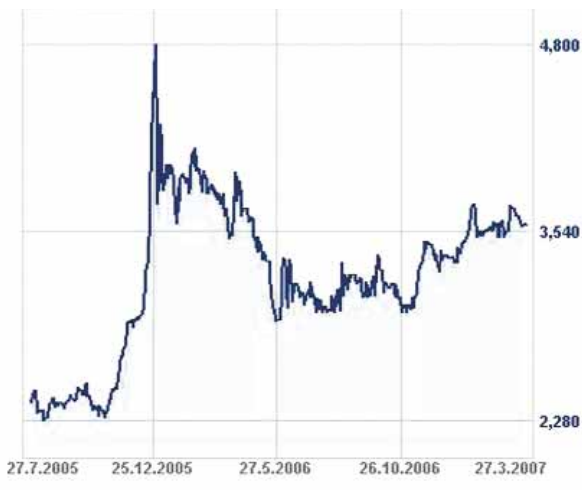
Crescono i volumi, per l'azienda bolognese, ma cresce anche la redditività: l'utile netto 2006 "si ferma" a 453mila euro, ma salirà con ragionevole certezza a 1,3 milioni nel 2007, contro una stima di 834mila euro. Per il 2008 è atteso il salto a 2,7 milioni, anche in questo caso diversamente dalle previsioni valide fino a poco tempo fa, che lo davano a 1,9. Una crescita a doppia cifra, che fa registrare punte di oltre il 40% su alcuni parametri finanziari. Mica male per una "piccola" di Piazza Affari, che di questo passo può iniziare a pensare al listino Star, e a programmare quindi il passaggio al segmento ad alta visibilità della Borsa Italiana. L'Ebitda, infatti, passerà da 2,7 milioni – dato 2006 – ai 6,3 nel 2008, e anche l'Ebit passerà da 1 a 4,7 milioni di euro.

Monti Ascensori, ad oggi, gestisce la manutenzione di 11.500 ascensori in tutta Italia e, gara dopo gara – fino ad ora sempre vincente – il team bolognese ora si mette a caccia, di nuove acquisizioni. Con particolare riferimento a piccole società

Portafoglio clienti di primissimo piano, commesse pluriennali e fatturato atteso più 60% in tre anni



Trend del titolo Monti Ascensori



Sotto,
l'Amministratore delegato
Patrizio Colombarini

da integrare nel gruppo, come è già avvenuto in passato, per rincorrere e raggiungere la giusta massa critica. “Si tratta di successi significativi – sottolinea l'amministratore delegato Patrizio Colombarini – che premiano la nostra scelta di puntare tutto sulla qualità dei servizi. Avvalendoci dell'opera del Csa (Consorzio servizi ascensori), una rete di 80 imprese artigiane specializzate, siamo in grado di assicurare ovunque prestazioni tempestive e di alta qualità a costi competitivi, con un'attenzione particolare verso una tradizionale tipologia di clienti quali le piccole imprese”. D'altro canto, prosegue Colombarini, “il Consorzio può contare su una struttura costituita da magazzini e unità per controlli di qualità e sicurezza che solo una azienda grande come la Monti può assicurare. Inoltre, Monti spa offre un contratto di manutenzione davvero unico dal punto di vista della trasparenza e della tutela del consumatore, diversamente da quelli spesso proposti, tanto da essere stato certificato dalla Camera di commercio di Bologna come assolutamente privo di clausole vessatorie”.

Comportamenti commerciali scorretti delle multinazionali del settore che Monti andava denunciando da tempo, e che sono stati stigmatizzati, anche recentemente, dalle autorità competenti: è proprio di poche settimane fa la notizia della supermulta di oltre 990 milioni di euro inflitta dall'Antitrust europea a Otis, Kone, Schindler e Thyssen Krupp, ritenute responsabili di aver fatto cartello per alzare i prezzi e ostacolare la libera concorrenza, a danno non solo delle altre imprese, ma anche dei consumatori.

Commenta Colombarini: “Da tempo si attendeva che venissero prese misure adeguate per spezzare un oligopolio che soffocava il mercato. Ora, vista anche l'entità della sanzione inflitta alle imprese che avevano costituito il cartello, che può valere come deterrente, ci si può attendere che il gioco della concorrenza premi le aziende italiane che, come la Monti, hanno da sempre puntato sulla trasparenza nei confronti dei clienti e su un servizio di qualità a prezzi competitivi, aziende che proprio su questi elementi hanno costruito il loro sviluppo” ■

LA FILOSOFIA

Nel 2005 l'impennata dei dividendi, e la tendenza potrebbe continuare **Il servizio per vocazione, non per contratto**

Monti Ascensori spa è nata nel 1975 come impresa artigiana e nel 1988 è stata rilevata da Patrizio Colombarini. Nel 1994 Colombarini ha creato la cooperativa artigiana Csa, Consorzio servizi ascensori – aderente a Legacoop di Bologna – a cui affida in outsourcing i propri incarichi: una mossa strategica che si rivelerà vincente. Nel 2005, l'azienda bolognese si è quotata a Piazza Affari – settore Expandi – ricavandone liquidità per 8 milioni di Euro, prontamente investiti in acquisizione di contratti e di imprese. Nello stesso anno, Monti Ascensori ha scelto la strada della creazione di valore con la distribuzione di un dividendo pari a 0,035 euro per azione, per un totale complessivo di 382.812,50 euro, contro un pay-out di 140.000 euro dell'esercizio 2004: un incremento pari al 173,44%.

Questa, del resto, potrebbe essere la ten-

denza di Monti Ascensori anche nei prossimi anni, visto il portafoglio clienti di primissimo piano, sia privati che pubblici. Tra i più importanti figurano la Sea per gli aeroporti milanesi di Malpensa e Linate, la Atm – Azienda Trasporti Milanesi – per la metropolitana di Milano (Linea verde e rossa), l'Enel, la Banca San Paolo Imi, la Rai, il Gruppo Rinascente-Auchan Ipermercati, la catena alberghiera Jolly Hotel, la Pirelli Real Estate e Torre Wtc di Genova. Le commesse da parte di Enti Locali e strutture sanitarie pubbliche riguardano, fra gli altri, la Provincia di Bologna, la Regione Emilia-Romagna, il Comune di Roma, l'Azienda Ospedaliera Sant'Orsola-Malpighi di Bologna e l'Asl 6 di Palermo, ma l'elenco potrebbe continuare.

Una “filosofia” aziendale, quella di Monti Ascensori, che non cambia da più di trent'anni: “Il servizio per vocazione, non per contratto”. Uno slogan che premia, visti i risultati. E poi, secondo le ultime rilevazioni, in Italia ci sono ben 450.000 ascensori non rispondenti alla normativa UE che in breve andranno ammodernati. Anche per questo, l'aumento di fatturato atteso nel prossimo triennio è del 60% ■

Pubb

di Michela Suglia

Sessant'anni di successi per la Coppini arte olearia di San Secondo Parmense

Dagli uliveti siciliani al cuore della food valley

“ Dio ha dato agli uomini un prodotto prezioso come l'olio e ha scelto alcuni che ne fossero ambasciatori, quasi dei missionari. In fondo vent'anni fa ci voleva proprio un missionario per far conoscere l'olio di qualità”. E lui, Paolo Coppini si sente proprio così: merito di nonno Americo, pistoiese di

origine e casaro di mestiere, che 61 anni fa fondò a San Secondo Parmense la Coppini arte olearia coinvolgendo nell'avventura il figlio diciottenne Ernesto, attuale amministratore delegato.

Uliveti in Abruzzo e in Sicilia ma sede operativa in Emilia, la Coppini

produce ogni anno un milione di bottiglie di olio extravergine certificato con un fatturato che oscilla fra i 30 e 50 milioni di euro l'anno. Clienti, soprattutto gastronomie e ristoranti, ma anche 'eccellenze' come Alma, la scuola internazionale di cucina di Gualtiero Marchesi a Colorno, di cui l'azienda è fornitrice ufficiale. Non mancano i clienti stranieri: dagli Stati Uniti al Giappone, dagli Emirati Arabi a Sidney, con una presenza perfino a Shanghai e Honk Hong negli hotel della più importante catena alberghiera cinese, Shangri La.

Passione e capacità di guardare avanti, questo il segreto del successo aziendale: “Mio nonno è stato un uomo molto lungimirante – ammette Paolo, direttore commerciale nell'impresa di famiglia – perché ha deciso di scommettere su Parma prima di poter sapere che, a distanza

di anni, sarebbe diventata la capitale alimentare italiana (dal 2003 è sede dell'Authority europea per la sicurezza alimentare, ndr). Poi, avendo una famiglia numerosa da sostenere, ha affiancato all'attività casearia la produzione dell'olio”. Una scommessa che fin dall'inizio ha richiesto un modello produttivo un po' anomalo, con le coltivazioni al sud e i frutti al nord. Da decenni infatti il prezioso alimento viene coltivato tra Loreto Aprutino, in provincia di Pescara e Castelvetro nel trapanese, su un'estensione complessiva di 74 ettari e quasi 15 mila piante. “Molti colleghi ci riconoscono il fatto di aver scelto una sede commerciale prestigiosa come Parma – spiega il direttore commerciale – lontana dai mercati di produzione ma capace di accogliere operatori commerciali provenienti da tutto il mondo. Avere le aziende agricole al sud è invece indispensabile per avere un prodotto certificato e di qualità”.

In casa Coppini le olive vengono raccolte a mano e spremute entro 48 ore.



Poi c'è la fase dell'estrazione, fatta con il moderno frantoio a martelli e il metodo della centrifugazione con decanter. Tecniche che, insieme all'assenza di trattamenti ad alta temperatura, contribuiscono a mantenere le caratteristiche organolettiche dell'olio, conservato poi in apposite cisterne mantenute in atmosfera modificata per mezzo di un sofisticato impianto di colmatatura di azoto. Da questa combinazione arriva sulle tavole una grande varietà di olii Coppini:

Emilia-Romagna seconda in Italia per numero di addetti E il giro d'affari vola a quota 500 milioni

Nella foto storica da sx Maria, nonna Anita, Anna, Ernesto (padre), nonno Americo in basso i nipoti Paolo, Matteo, Pier luigi e Francesco



dall'“Antico orcio”, uno dei marchi più diffusi nella ristorazione italiana, al “Tardo autunno” ideale per le fritture, dalla specialità “Il frutto”, ottenuto con la spremitura a freddo, fino ai condimenti aromatizzati al fungo porcino, al timo, al tartufo bianco, olive e limoni, ecc. Presto nel carniere si aggiungerà un altro marchio, in onore del fondatore dell'azienda.

Intanto i riconoscimenti non si fanno attendere: lo scorso anno la selezione “Albero d'argento” ha ottenuto la Gran menzione al concorso Sol d'oro organizzato da Sol, il Salone internazionale dell'olio extravergine di Verona, mentre nel 2004 era stata Cibus, la fiera internazionale dell'alimentazione di Parma, ad assegnare il Leone d'oro dei maestri oleari al gruppo di San Secondo. Qualità unita alla trasparenza: dal 1993, anticipando la normativa europea sull'etichettatura e tracciabilità alimentare, l'azienda di nonno Americo applica su ogni bottiglia la carta di identità dell'olio. Non solo nome e cognome del prodotto, ma anche una miniera di informazioni utili come l'acidità dell'olio, il tipo di olive usate, dove sono state coltivate e quando sono state raccolte, il metodo di estrazione, le proprietà organolettiche e i valori nutrizionali. “All'inizio è stata una scelta di marketing fatta da mio padre – racconta Paolo Coppini – poi però ci siamo resi conto che è un segno di

garanzia importante anche per rafforzare il rapporto di fiducia tra clienti e ristoratori, che possono dimostrare la propria attenzione agli ingredienti necessari per una corretta alimentazione”. Una strategia aziendale nel tempo divenuta quasi una filosofia di vita per i quattro figli di Ernesto Coppini, che, ognuno con il proprio ruolo, dichiarano di “divertirsi a fare questo mestiere”, con qualche proselita in erba già nella quarta generazione.

Una strada, quella percorsa finora, segnata anche da decisioni apparentemente rischiose, come quella di rimanere fuori dalla grande distribuzione privilegiando invece la ristorazione di qualità, con qualche eccezione per alcuni clienti privati ai quali l'olio viene consegnato direttamente a casa. “È stata una scelta fatta anni fa – osserva il direttore commerciale – ma che oggi, con il senno di poi, è stata giusta. Nella grande distribuzione vince il prezzo e anche per l'olio vale la logica del 3x2: questo difficilmente è garanzia di qualità” ■

L'ACCORDO

E ora lo scelgono anche i tedeschi L'extravergine preferito dai campioni del mondo

Agli ultimi mondiali di calcio in Germania a deliziare i palati degli Azzurri di Claudio Lippi c'era anche l'olio Coppini. Lo stesso che campeggiava sulle tavole degli atleti tedeschi. Una scelta frutto di un accordo firmato anni fa con la nazionale italiana (già sponsor dei Mondiali in Giappone) e da giugno anche con la squadra allenata da Jurgen Klinsmann per cui il prodotto emiliano è stato scelto come fornitore ufficiale. “Per l'alimentazione di uno sportivo l'olio extravergine è il condimento, anzi l'alimento perfetto – spiega Paolo Coppini – un piatto di pasta condito con extravergine d'oliva e parmigiano reggiano e poi del prosciutto è l'ideale”. Ma come hanno fatto i Coppini a convincere i tedeschi? Grazie allo chef della nazionale teutonica, l'italiano Saverio Pugliese, storico cliente dell'azienda parmense. Il suo ristorante, di Neu Isenburg alle porte di Francoforte, è frequentato dai calciatori dell'Eintracht Frankfurt e della Nazionale. Quindi è bastato provare per credere.



IL FUTURO

Un “tempio della gastronomia” in aperta campagna, nel segno della tradizione Pronto nel 2008 il museo delle delizie

■ Tra un anno in occasione di Cibus, apriremo il museo”. Parola di Paolo Coppini che, insieme ai fratelli, sta curando il progetto del museo dedicato all'arte olearia, casearia e alla norcineria che sarà pronto a maggio del 2008. Una sorta di tempio della gastronomia sulla produzione dei prodotti tipici della Bassa, che sorgerà nel podere del Fieniletto, a San Secondo. Un casello dell'800 (così si chiamavano i laboratori dove si produceva il parmigiano reggiano) esteso per 4 ettari e con 82 ulivi acquistato nel 2003 dalla famiglia Coppini. In attesa di trovare il nome adatto “non escludiamo che possa ispirarsi a nonno Americo”. L'idea è di realizzare una sorta di excursus storico-culturale ospitando tra le sale dell'edificio antichi strumenti di lavoro di casari e

produttori di olio (alcuni della famiglia Coppini) come presse, macine, torchi tra cui due pezzi di fine '700. Prevista anche una sezione dedicata alla norcineria. L'azienda infatti è tra i sostenitori del marchio 'spalla di San Secondo', spalla di suino dissossata e cotta che si mangia calda, molto amata da Giuseppe Verdi. In cantiere c'è inoltre il progetto di allestire nello spazio aperto del podere – una sorta di agorà greca circondata da uliveti secolari provenienti dall'Abruzzo – rappresentazioni teatrali dedicate agli alunni delle scuole perché imparino ad apprezzare l'olio, assaggiarlo e saperlo distinguere. A questo si sta dedicando Pier Luigi, il fratello più estroso del quartetto, da sempre appassionato di teatro ■

Pubb



Formazione permanente per la competitività

Affinamento delle capacità imprenditoriali e sviluppo di nuove professionalità
Un'esigenza sempre più sentita dal tessuto produttivo ed economico locale

Corsi, seminari, convegni ed altri servizi finalizzati alla formazione, all'aggiornamento ed al perfezionamento degli imprenditori, dei dirigenti, dei quadri, degli operatori delle diverse categorie economiche e più in generale del personale.

Sono questi gli strumenti attraverso cui diverse e qualificate strutture regionali interpretano il costante biso-

gno di riqualificazione del mondo delle imprese e del tessuto produttivo.

L'affinamento delle capacità imprenditoriali, lo sviluppo e la qualificazione delle professionalità, la crescita del personale sono infatti esigenze particolarmente sentite dagli operatori economici per il miglioramento della propria competitività sui mercati di riferimento.

Al via il Programma Operativo Regionale 2007 – 2013 Finanziamenti per oltre 800 milioni di euro

Sostegno al lavoro femminile, formazione continua dei lavoratori con più di 45 anni e con bassa qualificazione, attuazione di politiche di lavoro attive e preventive con priorità agli immigrati, all'invecchiamento attivo, al lavoro autonomo, alla creazione di reti tra università, centri di ricerca, mondo produttivo e istituzionale: sono gli obiettivi specifici che la Regione Emilia-Romagna ha individuato con il nuovo Programma Operativo Regionale (POR) per l'attuazione del piano di competitività e occupazione attraverso il Fondo Sociale Europeo. Le azioni saranno finanziate nella programmazione 2007-2013 con un totale di 806 milioni e 490 mila euro, provenienti dal FSE e da risorse nazionali, suddivisi tra diversi assi di intervento.

"Abbiamo costruito un Programma Operativo coerente con il quadro strategico europeo e con gli obiettivi di sviluppo della nostra Regione – spiega l'assessore alla Formazione professionale Paola Manzini -

Nella nuova programmazione le risorse assegnate saranno indirizzate al

miglioramento delle competenze delle persone, sostenendo così i processi di qualità dell'occupazione e dello sviluppo produttivo".

La strategia regionale si sviluppa in due ambiti. Il primo è qualificare la società della conoscenza, rafforzando il livello quantitativo e qualitativo dell'apprendimento lungo l'arco della vita, con riferimento alle esigenze di sviluppo economico e sociale del sistema regionale. Si darà grande attenzione all'alta formazione, alla ricerca e al trasferimento e sviluppo dell'innovazione. Si garantirà l'accesso e la frequenza dei cittadini a tutti i livelli del sistema dell'istruzione e della formazione, in particolare per chi si trova in situazione di svantaggio economico, sociale e culturale. Il secondo è relativo all'accrescimento della qualità delle condizioni di lavoro, limitando i rischi di precarietà e creando un sistema di servizi per l'occupabilità e la domanda di personale qualificato da parte delle imprese. Si favorirà l'inserimento dei lavoratori svantaggiati e l'acquisizione di situazioni lavorative stabili e saranno agevolati i processi di riorganizzazione produttiva per aumento occupazionale, miglioramento delle condizioni di lavoro e reinserimento dei soggetti coinvolti in processi di riconversione.

Dopo l'approvazione da parte dell'Assemblea legislativa, il Programma operativo è stato inoltrato alla Commissione europea attraverso il Ministero dello Sviluppo economico. L'avvio è previsto per l'autunno.



Pubb



Ecipar, una via di accesso al mondo del lavoro Il progetto "Add+ Across The Digital Divide"

Il progetto Add+ Across The Digital Divide, realizzato da ECIPAR Emilia Romagna, come soggetto referente e dai partner ALMA MATER, DIDACTA Onlus, ENEA ed NPService, intende fornire una opportunità di sviluppo a figure professionalmente deboli nel mercato del lavoro, disabili fisici e/o sensoriali, immigrati che hanno difficoltà ad adeguarsi ai rapidi mutamenti tecnologici, lavoratori a rischio di obsolescenza specie se over 45, a disoccupati ed inoccupati che non sono in grado di entrare a livelli adeguati nel mercato del lavoro.

Attraverso il portale www.add.ecipar.it, è possibile trovare tutte le informazioni necessarie per frequentare i percorsi di orientamento e formazione a distanza per aggiornare, migliorare o approfondire competenze e saperi in campi quali, ad esempio: informatica, sicurezza sul lavoro, ambiente, gestione di impresa.

Si tratta di un'opportunità finanziata nell'ambito dell'Iniziativa comunitaria Equal che, attraverso le ALI (Agenzie Locali per l'Apprendimento il Lavoro e l'Innovazione), si propone la realizzazione sul territorio una rete, anche telematica, di formazione, informazione e servizi finalizzati alla diffusione dell'uso delle tecnologie informatiche. I bacini territoriali di riferimento riguardano le aree remote dei comuni di Pavullo nel Frignano (MO), S. Giovanni in Marignano (RN), Castel San Giovanni (PC), Sarmato (PC), Borgonovo Val Tidone (PC), Galeata (FC), Vergato (BO), benchè chiunque abbia accesso ad un collegamento internet nella regione Emilia Romagna può beneficiare dei servizi offerti.

Nei comuni coinvolti è possibile recarsi presso le ALI ed essere supportati da un tutor nella consultazione del Catalogo dell'offerta for-



ACROSS THE DIGITAL DIVIDE

mativa e per accedere alla frequenza dei percorsi a distanza attraverso i computer e la rete informatica messa a disposizione dal progetto. "L'esperienza di progetto è estremamente confortante -spiega Maria Paz Venturelli, coordinatrice di progetto - fino a febbraio del 2007 hanno iniziato i percorsi di formazione a distanza più di 180 persone, a dimostrazione del fatto che le nuove tecnologie sono uno strumento che suscita molto interesse e che vengono vissute

come una opportunità di crescita reale" Le PMI presenti sui territori di attività del progetto possono avere accesso alla formazione a distanza in modo da qualificare o ri-qualificare le competenze dei lavoratori. Per informazioni si può consultare il sito www.add.ecipar.it, oppure chiamare allo 051/396705.



Seminario transnazionale sullo sviluppo dell'economia sociale

Con il progressivo ampliarsi della domanda di assistenza per le persone non autosufficienti è emerso parallelamente il fenomeno crescente del lavoro sommerso delle badanti.

L'obiettivo di trovare nuove formule organizzative per correggere questo frangente, ha visto Concooperative e Legacoop di Modena e Reggio Emilia, con il supporto progettuale e organizzativo di Irecoop E.R. e Cesvip, ed in partenariato con Unimore, Comune di Modena, imprese e consorzi cooperativi, sviluppare un progetto EQUAL di forte valenza sperimentale nelle imprese cooperative sociali che si concluderà nel giugno 2008.

"Il progetto Fuori Orario - sottolinea il direttore di Irecoop E.R., Luciano Casmiro - si propone di individuare nei due territori modalità per far emergere il lavoro sommerso e non regolare delle lavoratrici che svolgono servizi domiciliari di cura e sollievo. Vuole essere utile a riorganizzare, flessibilizzare, diversificare e innovare le tipologie di servizi delle imprese cooperative sociali. Intende mettere a punto strategie di welfare locali tra servizio pubblico e privato sociale valutando forme di sostenibilità finanziaria. Infine, si pone l'obiettivo di confrontare esperienze e politiche di welfare

realizzate in altri stati europei".

Il partenariato di operatori dell'economia sociale di Francia e Spagna, si sono dati appuntamento a Modena il 12 aprile alla Fondazione Marco Biagi Spagna per dibattere su questi temi e di modelli di welfare nel seminario "Approccio Territoriale dello sviluppo dell'economia sociale".

Rappresentanti delle istituzioni nazionali, regionali e locali, esponenti della cooperazione emiliano romagnola, spagnola e francese ed esperti universitari, si sono confrontati sui servizi di cura e costruzione di un diverso modello di intervento per l'integrazione delle assistenti familiari nella rete dei servizi sociali territoriali. E ancora, in particolare, sul mercato del lavoro nei servizi di cura, approfondendo i modelli organizzativi e sistema delle aspettative del personale ed il rapporto pubblico/privato inteso come sostenibilità finanziaria tra programmazione e integrazione.

EQUAL II FASE FUORI ORARIO-La cooperazione sociale per il lavoro regolare (Az. 2- IT-G2-EMI-023 rif. PA 342) finanziato dal Fondo Sociale Europeo, Ministero del Lavoro e della Previdenza Sociale e dalla Regione Emilia-Romagna.

Pubb

Ctc, da vent'anni una scuola per nuovi manager

Dal 1987, la sigla CTC identifica il Centro di Formazione Manageriale e Gestione d'Impresa della Camera di commercio di Bologna. Ora si affianca anche Competence Training Center, come si evidenzia nel nuovo logo, studiato ad hoc per i primi vent'anni di attività del Centro.

Questo risultato è stato raggiunto realizzando sino ad oggi oltre 6500 corsi che hanno coinvolto più di 100 mila persone. Il CTC ha scelto una precisa linea nella progettazione delle attività formative: personalizzare al massimo l'offerta formativa, con l'obiettivo di rispondere al meglio alle diverse esigenze del mercato. "Per gli operatori economici - afferma Pier Sergio Caltabiano, direttore generale del CTC fin dal 1988 e presidente nazionale dell'Associazione Italiana Formatori - quello in formazione deve essere sempre più un investimento in professionalità. Tutte le nostre attività vanno nella direzione di sviluppare le specifiche competenze professionali, migliorare le abilità manageriali, gli stili direzionali e la capacità di divulgazione della cultura d'impresa, contribuendo così all'acquisizione, da parte delle aziende, di un vantaggio competitivo stabile e difendibile".

Nel 2006 il CTC ha organizzato più di 600 corsi, utilizzando diverse metodologie didattiche, tra cui e-learning, project work, business game, role playing, simulazioni videoregistrate, analisi di casi aziendali e lavori di gruppo. Anche nel 2007, nell'offerta a catalogo, sono presenti 15 Executive Master, programmi formativi destinati a coloro che ricoprono responsabilità direzionali o gestionali nei processi aziendali. In questo ambito, sono due i nuovi percorsi. Innanzitutto il Programma Socrates di Specializzazione Metodologica per Formatori. "Per trasferire e sviluppare competenze - sottolinea Caltabiano - occorre un'adeguata integrazione dei 'Saperi' che sono oggetto del-

l'apprendere. Diventa quindi di importanza centrale per i formatori conoscere ed applicare i principali modelli che, focalizzandosi sulla persona destinataria dell'azione formativa, ne studiano i comportamenti e l'evoluzione soggettiva".

La seconda novità è il Programma Dedalus in Management della Logistica. "Questa attività - conclude il direttore del CTC - ha assunto un ruolo fondamentale nelle strategie delle aziende, che hanno necessità di ridurre i costi e migliorare i processi. Pertanto, la capacità di sincronizzare la molteplicità dei flussi di merci e di gestire la relativa attività, è determinante per il miglioramento della produzione e della commercializzazione. Questo percorso vuole quindi qualificare professionalità in grado di gestire al meglio l'intero processo logistico".

Il direttore Ctc, Pier Sergio Caltabiano con il professor Edward De Bono, nel corso del Programma Internazionale di Sviluppo delle Competenze Economiche e Manageriali che coinvolge ogni anno alcuni dei più autorevoli trainer mondiali del management. Nel 2007 la sesta edizione inizierà a maggio per terminare a dicembre con la conferenza di un Premio Nobel per l'Economia.



Ifoa, una certezza per formazione, certificazione, consulenza

La competitività e l'innovazione delle imprese dipendono sempre più dalla crescita interna. Tra le competenze chiave che caratterizzano un'azienda, quelle legate alle nuove tecnologie rivestono un ruolo determinante, sia per il crescente numero di persone che ne necessitano, sia perché la capacità di utilizzarle al meglio può rappresentare il tratto distintivo che differenzia un'azienda ed i suoi competitor, specie sui mercati emergenti.

"Da uno studio condotto dalla SDA Bocconi, a cui ha partecipato anche Ifoa - dice l'ingegner Francesco Buzzoni, responsabile Ifoa in ambito ITC - è emerso un dato singolare: la perdita di produttività in azienda dovuta alle scarse competenze informatiche è di 2500 euro all'anno per persona.

Moltiplicando questo numero per quanti lavorano in Italia su un pc ne risulta il valore di una finanziaria: 18 miliardi di Euro. Ecco perché converrebbe alle imprese investire di più sull'alfabetizzazione informatica dei dipendenti nonostante i costi iniziali, perché ne avrebbero un ritorno enorme in termini di produttività".

IFOA, con il suo nucleo I.C.T., svolge un'ampia attività di formazione per giovani e imprese nell'area delle nuove tecnologie, coprendo sia le necessità degli utenti di computer (personale aziendale, segreterie di staff, amministrazione, marketing e vendite, produzione, qualità, manager, quadri e professionisti) che degli specialisti informatici (addetti all'installazione e manutenzione hardware e software, amministratori e sistemisti di rete, di database) in aree applicative quali: office automation, Cad, computer graphics, sviluppo software, amministrazione di sistema e networking, telecomunicazioni, tecnologie per l'automazione industriale e civile. IFOA, ai primi posti in Emilia-Romagna e a livello nazionale nella formazione in Information & Communication Technology, dispone di aule informatizzate con oltre 200 workstation in rete, con accesso Adsl ad internet e di sei laboratori telematici Cisco per routing, switching, security, wireless e IP Telephony. Ifoa è in grado di organizzare l'attività formativa in classe (nella propria sede) con corsi serali e diurni, laboratori, workshop di certificazione e seminari gratuiti ed in-house (presso l'azienda) con formazione in team di lavoro o in affiancamento individuale, anche in modalità e-learning. Ai diplomati con esperienze e ai laureati, Ifoa propone inoltre percorsi di alta formazione come i Master in telecomunicazioni, in sicurezza informatica e delle reti e in comunicazione digitale per media di ultima generazione, organizzati con le principali aziende nazionali e multinazionali del settore.



L'amministratore delegato di Ifoa, Giuseppe Pezarossi

Pubb

Staf Service, partner globale per la tutela del credito

Fare business, allargando il proprio mercato, è l'obiettivo di ogni operatore economico. Se è difficile individuare l'area di crescita giusta, altrettanto lo è trovare l'interlocutore adeguato e affidabile.

Staf Service, che vanta 30 anni di esperienza Staf nel settore, si pone come obiettivo una sempre maggiore specializzazione ed efficienza professionale nell'ambito della prevenzione e risoluzione delle problematiche sul credito. La sede centrale di Forlì e l'ufficio commerciale di Ancona gestiscono un'organizzazione di consulenti operativa su tutto il territorio nazionale.

"L'attività di Staf Service – spiega il Rag. Giorgio Numa, fondatore del Gruppo – si articola su alcuni filoni: elaborazione di informazioni commerciali, recupero stragiudiziale di crediti e assistenza legale collegata. La filosofia del nostro lavoro si basa sulla capacità di adattamento alle esigenze del cliente, dalla più sintetica alla più articolata. Il cliente deve trovare in Staf Service non solo un fornitore di servizi, ma un vero e proprio partner".

Quali i vostri clienti?

"Staf Service annovera clienti un po' in tutti i settori merceologici, avendo come interlocutori, nel mondo delle aziende, i responsabili amministrativi, i credit management e gli stessi imprenditori. – aggiunge Sabrina Numa – Staf Service è un collaboratore aziendale esterno che tutela le future forniture e che risolve le problematiche di rientro dei crediti scaduti ed insoluti".

In cosa consistono i rapporti informativi?

"Attraverso l'utilizzo di dati approfonditi e dettagliati – precisa Cecilia Numa – i rapporti informativi offrono la conoscenza dei più probabili fattori di rischio prima di intraprendere qualsiasi rapporto commerciale. Ciò che si investe nella prevenzione dell'insoluto, si trasforma in una riduzione di costi ed in una opportunità di sviluppo aziendale. In Staf Service un gruppo di professionisti elabora il rapporto informativo che assicura analisi aggiornate sull'affidabilità, con diverse soluzioni, a seconda dell'ammontare del livello del rischio della transazione commerciale".

La versatilità di Staf Service comprende il recupero stragiudiziale del credito.

"Questa attività consente di trasformare costi aziendali difficilmente quantificabili in costi predeterminati legati al risultato. – spiega Sabrina Numa -Affidare a professionisti specializzati la gestione dei crediti "difficili" riduce al minimo le spese, velocizza il rientro degli insoluti, migliora il cash-flow aziendale e moralizza il rapporto col debitore, inducendolo a prestare più attenzione alle scadenze". Il tutto garantito dalla formula "senza successo niente onorario".

La vostra organizzazione offre un supporto anche per chi opera con l'estero.

"Staf Service si avvale di una rete consolidata di corrispondenti locali, forti di una conoscenza approfondita della realtà dei loro mercati. Grazie a questa sinergia, l'intervento Staf si diversifica a seconda del Paese in cui opera la società in esame e delle diverse leggi e normative in vigore. Il servizio è attivo per le informazioni commerciali e per il recupero dei crediti oltre confine".

Staf Service si occupa anche di assistenza al contenzioso legale.

"Nel caso in cui la procedura di recupero esattoriale non abbia dato esito positivo, ma le informazioni assunte accertino una consistenza patrimoniale che lasci intravedere la convenienza ad agire la via giudiziaria, Staf Service può assistere il cliente al fine di ridurre al minimo il rischio di pagare a vuoto le spese legali. Supporta l'azione giudiziaria di un legale di fiducia e si occupa di mantenere sempre informato il cliente".

Un servizio particolare è la gestione fallimenti.

"Staf è in grado di curare e monitorare i fallimenti per i propri clienti. Attraverso il servizio, è possibile usufruire, senza rischio di dimenticanze, di quanto consente la normativa fiscale sulle procedure concorsuali. Ad esempio, per il recupero dell'IVA, possibile solo per i crediti insinuati al passivo fallimentare e per un determinato lasso temporale".

In occasione del trentennale di attività della capogruppo, Staf Service offre condizioni particolari ed agevolazioni per la fornitura dei propri servizi
Numero verde 800698877,
è lo strumento che permette di mettersi in contatto diretto con Staf Service



staf Service srl
 Società di Servizi
 per la tutela
 del Credito

EQO International Business

Internazionalizzazione: un'esigenza per il futuro delle imprese

La concorrenza sempre più forte imposta dal mercato globale e l'ingresso sullo scenario economico internazionale di nuovi ed agguerriti concorrenti, impongono alle aziende italiane performance ottimali e soluzioni strategiche in continua evoluzione. Ciò si traduce nell'esigenza di poter usufruire di servizi consulenziali completi e in linea con le moderne esigenze del mondo imprenditoriale. Ne parliamo con il dottor Gian Piero Zattoni, presidente di EQO Srl.

Come nasce e che tipo di attività svolge EQO?

"EQO nasce a Bologna circa dieci anni fa e da allora fornisce servizi di consulenza direzionale alle aziende dell'intero territorio nazionale, operando nel campo dell'organizzazione aziendale e dei processi di produzione, della formazione manageriale e della gestione delle risorse umane".

Ed EQO International Business?

"Rappresenta un'area specifica di attività, nata da qualche



anno, finalizzata all'offerta di servizi per l'internazionalizzazione, proponendo soluzioni globali per le imprese".

Quali sono i servizi offerti da EQO International Business?

"Principalmente, gestiamo progetti di outsourcing produttivo e di fornitura, ricercando e selezionando i fornitori esteri, gestendo la realizzazione di campioni di prodotto, controllando tutte le fasi e le correlate attività, sino ad arrivare alla gestione delle spedizioni e dei pagamenti.

In particolare operiamo attivamente nella zona del Sud-Est Asiatico (Vietnam, Malaysia, Cina), dove la presenza in loco di nostro personale altamente qualificato ci consente di gestire direttamente, oltre alle suddette attività anche vere e proprie aperture di stabilimenti.

Riteniamo infatti che nell'immediato futuro tale area economica sia destinata ad acquisire un ruolo ancora più dominante sullo scenario mondiale, soprattutto a seguito dell'entrata del Vietnam nel WTO, offrendo numerose opportunità anche per le imprese italiane".

Quali ulteriori progetti ed attività può segnalare?

"EQO International Business non è solo questo: oltre ai progetti di outsourcing produttivo e di gestione di forniture internazionali, siamo in grado di offrire servizi di consulenza finalizzati alla ricerca di nuovi mercati di sbocco (analisi delle opportunità offerte dai Paesi esteri, definizione delle strategie di penetrazione commerciale, apertura di uffici di rappresentanza, partecipazione ad eventi fieristici all'estero), alla realizzazione di rapporti collaborativi internazionali (ricerca e selezione di partners industriali e commerciali, costituzione di joint ventures), alla ricerca degli strumenti di finanziamento a sostegno delle attività di internazionalizzazione.

Quale è il vostro punto di forza?

"Sicuramente l'avvalersi di una rete di solidi rapporti, creati nel tempo, con le principali istituzioni nazionali ed estere, nonché di un team di collaboratori e professionisti operanti da anni nei campi della contrattualistica, dei pagamenti internazionali, della tutela della proprietà industriale. Questo ci permette di offrire alle imprese servizi completi in ambito di internazionalizzazione, individuando le soluzioni ottimali da perseguire in relazione alle specifiche esigenze, e garantendo l'ottimizzazione degli obiettivi perseguiti".

EQO Srl

Galleria Ugo Bassi, 1
40121 Bologna
tel. +39051270946 - fax +390512960100
www.eqo.it
Società certificata ISO 9001

Gian Piero Zattoni, presidente di EQO Srl



Dottori Commercialisti Barbieri & Associati

Un team di professionisti per soluzioni all'avanguardia

■ Alla ricerca di maggiore competitività sui mercati, anche l'eccellenza dei processi amministrativi diventa un obbligo per le imprese di ogni settore e dimensioni." Ne è convinto Gianfranco Barbieri dello studio bolognese **Barbieri & Associati Dottori Commercialisti**.

I modelli organizzativi definiti dalla teoria aziendale sono tanti e presentano approcci e scopi talvolta molto distanti. Per citare i principali, basta pensare al protocollo UNI EN ISO 9001:2000, all'approccio lean thinking, ai modelli di eccellenza, alla balanced scorecard. A questi si sovrappongono i modelli imposti dall'ordinamento giuridico: un esempio concreto è il Decreto legislativo 231/2001 sulla responsabilità amministrativa degli enti. "Questa norma -precisa Barbieri - prevede che l'impresa risponda penalmente dei fatti illeciti commessi dai propri dirigenti a meno di poter dimostrare di aver fatto tutto il possibile per evitare che gli stessi illeciti venissero realizzati, ponendo in essere un modello organizzativo "a prova di frode". Le sanzioni a carico dell'impresa possono essere molto aspre, fino a portare al blocco dell'attività, paralisi e morte civile dell'azienda stessa".

La prima sentenza pubblicata in applicazione della normativa 231/2001 è di metà marzo, e con essa il Tribunale di Milano ha inflitto la confisca di 1 milione di euro quale illecito profitto, l'interdizione per un anno da qualunque gara pubblica, la sanzione di 75.000 euro e la pubblicazione del dispositivo su un quotidiano nazionale.

Sviluppare un modello conforme alla normativa 231 senza tenere conto dei possibili vantaggi che può offrire alla gestione dell'impresa ed al monitoraggio dei processi significa quindi aggiungere ulteriori costi e burocrazia al reparto amministrativo (oltre alla gestione privacy e anticiclaggio), e soprattutto perdere un'occasione per innovare e rivedere i processi organizzativi nella prospettiva di farne una leva strategica per lo sviluppo dell'azienda.



"Per essere realmente apprezzato - aggiunge Alessandra Damiani, dottore commercialista e partner dello studio Barbieri & Associati di Bologna dal 1982 - il professionista deve affiancare il proprio cliente nella ricerca di soluzioni innovative che valorizzino gli obblighi di legge anziché limitarsi a rincorrerli. Per il professionista giocare di rimessa rispetto alle spinte innovatrici della legge e del mercato non paga più, se mai lo ha fatto, nemmeno con i clienti storici del nostro studio."

Il caso segnalato dalla dottoressa Damiani, indica una delle linee operative della Barbieri e Associati che è sempre pronta a proporre nuove soluzioni organizzative e tecnologiche con l'obiettivo di fornire ai diverse modalità di interazione con i professionisti, in modo che ogni cliente sia libero di scegliere l'approccio più in linea con il proprio modo di lavorare e di essere.

L'organizzazione B&A / IDSC è nata agli inizi degli anni '80 con la finalità di fornire ai clienti un servizio completo ed integrato in ambito amministrativo, gestionale, fiscale, societario e legale-commerciale, mediante l'affiancamento allo studio professionale, già operante, di una società di servizi per la consulenza di direzione.

L'integrazione della società di consulenza con lo studio professionale consente la fusione di esperienze e valori diversi, ma altrettanto importanti.

Barbieri & Associati Dottori Commercialisti
www.barbierieassociati.it via Riva di Reno, 65 - 40122
Bologna tel. 051/231125 - fax 051/237553

In alto un momento di lavoro dello staff di Barbieri e Associati;
a lato Alessandra Damiani, partner dal 1982.



Notizie dall'Unione europea

PROSPETTIVE PER LO SPAZIO EUROPEO DELLA RICERCA

La Commissione europea ha presentato il 4 aprile 2007 le sue proposte per uno Spazio europeo della ricerca che valorizzi al massimo il potenziale di conoscenze europeo. La Commissione intende sfruttare questo potenziale offrendo maggiore libertà alle persone, alle infrastrutture, alle organizzazioni e ai finanziamenti, e incentivando la circolazione delle conoscenze e la cooperazione internazionale al fine di porre saldamente la conoscenza al centro stesso della società. Il Libro verde "Nuove prospettive per lo Spazio europeo della ricerca" illustra le sfide che gli scarsi investimenti e la frammentazione della ricerca nonché la crescente globalizzazione della scienza e della tecnologia pongono all'Europa. Il documento si incentra su sei tematiche principali:

- un flusso adeguato di ricercatori competenti, grazie ad un elevato livello di mobilità tra istituzioni, discipline, settori e paesi;
- infrastrutture di ricerca di livello mondiale, integrate, connesse in rete e accessibili ad équipe di ricercatori di tutti i paesi europei e del mondo, in particolare grazie ad infrastrutture di comunicazione elettronica di nuova generazione;
- organismi di ricerca "eccellenti" che essendo impegnati in cooperazioni e partnership pubblico-privato efficaci, costituiscono il nucleo di "raggruppamenti" di ricerca e innovazione di cui fanno parte anche delle "comunità di ricerca virtuali". Questi raggruppamenti e "comunità" sarebbero perlopiù specializzati in settori interdisciplinari e attirerebbero una massa critica di risorse umane e finanziarie;
- una vera condivisione delle conoscenze, in particolare tra la ricerca pubblica e il settore industriale, ma anche con il pubblico;
- priorità e programmi di ricerca adeguatamente coordinati, ivi compresi investimenti significativi nella ricerca pubblica programmati congiuntamente a livello europeo con priorità comuni, un'attuazione coordinata e una valutazione congiunta;

- apertura dello Spazio europeo della ricerca al mondo, in particolare ai paesi confinanti, accompagnata da un chiaro impegno ad affrontare le sfide mondiali con i partner dell'Europa.

Una consultazione pubblica on line sulle tematiche trattate nel Libro verde resterà aperta fino ad agosto 2007. I suggerimenti che saranno indicati serviranno alla progettazione di azioni concrete a favore dello sviluppo dello Spazio europeo della ricerca, la cui attuazione inizierà nel 2008.

Per ottenere maggiori informazioni e partecipare alla consultazione pubblica si può accedere al sito:

<http://ec.europa.eu/research/era> (questionario disponibile online dal 1° maggio).

Il sito della Commissione è inoltre possibile partecipare ad un dibattito informale contribuendo con delle osservazioni, accedendo alla seguente pagina:

http://blogs.ec.europa.eu/blog_potocnik/pag_e/potocnik

(Rif.: Banca dati Scad Plus, <http://europa.eu/scadplus/> IP/07/469)

DIRITTI DEI PASSEGGERI DEL TRASPORTO AEREO

La Commissione europea ha presentato oggi una relazione sui risultati e l'applicazione del regolamento sui diritti dei passeggeri del trasporto aereo. Nonostante, a due anni dalla sua introduzione, alcuni progressi siano stati realizzati, altri provvedimenti importanti sono necessari per assicurare che le compagnie aeree applichino le norme più coerentemente e che gli Stati membri esercitino un migliore controllo sulla loro applicazione. È questa la conclusione principale dello studio commissionato dalla Commissione per integrare la comunicazione sui risultati delle regole comuni per la protezione dei diritti dei passeggeri aerei.

La Commissione ritiene pertanto che sia necessario proseguire gli sforzi in alcuni settori: migliorare l'applicazione, chiarire l'interpretazione di alcuni aspetti del regolamento, distinguere chiaramente fra ritardi e cancellazioni, in quanto i passeggeri hanno diritti diversi in funzione delle circostanze, e potenziare il ruolo degli organismi nazionali incaricati di controllare l'applicazione delle regole comuni.

Nel corso del prossimo semestre la Commissione intensificherà la cooperazione con tali organismi nazionali e con le compagnie aeree per migliorare i risultati. Se l'esito finale rimarrà insoddisfacente, essa avvierà procedure di infrazione contro gli Stati membri. Qualora tali procedure e contatti non consentano di ottenere i risultati attesi, la Commissione potrebbe considerare la possibilità di modificare il regolamento attuale.

Il regolamento ha istituito nuove norme in materia di compensazione ed assistenza ai passeggeri in caso di negato imbarco, cancellazione del volo, ritardo prolungato e sistemazione involontaria in classe inferiore. A seconda dei casi, il regolamento impone alle compagnie aeree di fornire ai passeggeri assistenza quale sistemazione in albergo, pasti e bevande e servizi di comunicazione, di offrire un imbarco su un volo alternativo o un rimborso, di versare una compensazione pecuniaria e di informare esse stesse i passeggeri dei loro diritti a norma del regolamento.

(Rif.: Banca dati Scad Plus, <http://europa.eu/scadplus/> IP/07/471)

Normativa comunitaria

ETICHETTATURA DELLE CARNI BOVINE

Il 15 marzo 2007 è stato emanato il regolamento n. 275/2007 dalla Commissione, che modifica il regolamento n. 1825/2000, sulle modalità di applicazione del regolamento n. 1760/2000 per quanto riguarda l'etichettatura delle carni bovine e dei prodotti a base di carni bovine. Il provvedimento precisa le modalità di costituzione dei gruppi destinati alla produzione di carni bovine macinate mischiate a carni di altre specie ed estende l'applicazione delle norme di tracciabilità previste per le carni bovine macinate agli operatori che producono carni sezionate e rifilature, allo scopo di risolvere alcune difficoltà che tali soggetti spesso affrontano nella creazione di gruppi omogenei. Per le carni sezionate, invece, si prevede che siano costituiti dei gruppi con carni provenienti da animali macellati in tre macelli diversi e con carcasse sezionate in tre diversi stabilimenti di sezionamento,

vegliando che ne sia garantita la tracciabilità. er quanto riguarda l'etichettatura delle carni sezionate non preconfezionate è stabilito che si applichino delle regole semplificate e, così come per le rifilature, anche in questo caso varranno disposizioni analoghe a quelle previste per le carni macinate e la disponibilità delle informazioni relative agli stabilimenti di macellazione degli animali e di sezionamento delle carcasse dovrà ugualmente essere garantita.

(Rif.: G.U.U.E. L 76/07).

Bandi comunitari e appuntamenti

PROGRAMMA MEDIA 2007

È stato pubblicato un invito a presentare proposte relativo al programma MEDIA 2007 per misure di sostegno alla promozione e all'accesso al mercato, con riguardo in particolare ai festival audiovisivi.

Il programma Media 2007 si prefigge di:

- facilitare e incentivare la promozione e la circolazione di opere audiovisive e cinematografiche europee nel quadro di manifestazioni commerciali, di mercati professionali, nonché di festival di programmi audiovisivi in Europa e nel mondo, nella misura in cui tali manifestazioni possono svolgere un ruolo importante per la promozione delle opere europee e per la messa in rete dei professionisti;
- incentivare la messa in rete degli operatori europei, sostenendo azioni comuni intraprese sul mercato europeo e internazionale da organismi nazionali di promozione pubblici o privati.

L'invito a presentare proposte si rivolge a organismi europei stabiliti in uno dei paesi membri dell'Unione europea e dello Spazio economico europeo partecipanti al programma MEDIA 2007 (Islanda, Liechtenstein, Norvegia) e Svizzera.

Tali organismi europei devono organizzare festival audiovisivi le cui attività contribuiscano al perseguimento degli obiettivi citati e che nell'ambito della programmazione globale prevedano come minimo un 70 % di opere europee provenienti da almeno 10 paesi che partecipano al programma MEDIA.

Il sostegno finanziario della Commissione

non può superare il 50 % del totale dei costi eligibili.

Le domande devono essere inviate all'Agenzia esecutiva (EACEA) entro e non oltre l'11 maggio 2007.

(Rif.: G.U.U.E. C 74/07)

PROGRAMMA MARCO POLO II TRASPORTI

La Commissione UE invita a presentare proposte in relazione al secondo programma Marco Polo, finalizzato a ridurre la congestione stradale, migliorare le prestazioni ambientali del sistema di trasporto e a potenziare il trasporto intermodale, contribuendo in tal modo ad un sistema di trasporti efficace e sostenibile che dia valore aggiunto all'Unione europea, senza conseguenze negative per la coesione economica, sociale o territoriale.

Il programma è stato recentemente approvato con Regolamento CE n. 1692/2006 e sarà attivo fino al 2013.

Possono essere finanziate dal programma le seguenti azioni:

- azioni catalizzatrici, con specifico riferimento a quelle volte a migliorare le sinergie nei settori ferroviario, delle vie d'acqua interne e del trasporto marittimo a corto raggio, comprese le autostrade del mare, mediante un miglior utilizzo delle infrastrutture esistenti
- azioni per le autostrade del mare
- azioni di trasferimento fra modi
- azioni per la riduzione del traffico
- azioni comuni di apprendimento.

Il programma si rivolge alle imprese che operano nel settore dei trasporti.

Le azioni sono presentate da un consorzio composto da due o più imprese stabilite in almeno due diversi Stati membri o in almeno uno Stato membro e un paese terzo vicino, o, nel caso di un collegamento di trasporto con un paese terzo vicino, e in via eccezionale, da una impresa stabilita in uno Stato membro. Le imprese stabilite al di fuori di uno dei paesi partecipanti possono essere associate ai progetti, ma non possono in alcun caso beneficiare dei finanziamenti comunitari previsti dal programma.

Il contributo può coprire fino al 35% delle spese ad eccezione delle azioni comuni di apprendimento, per le quali il contributo può arrivare fino al 50%.

Le domande dovranno essere presentate entro il 4 giugno 2007.

(Rif.: G.U. U.E. C 71/07)

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

Eurospostello Ufficiale EIC IT 369

CCIAA Ravenna

Viale L.C. Farini 14 - 48100 Ravenna

Tel. 0544 481443 - Fax 0544 218731

Posta elettronica: euroinfo@ra.camcom.it

C.I.S.E. CCIAA Forlì-Cesena

EIC RELAIS

C.so della Repubblica 5 - 47100 Forlì

Tel. 0543 38213 - Fax 0543 38219

Posta elettronica: eurospostello@ciseonweb.it

PROMEC CCIAA Modena

EIC RELAIS

Via Ganaceto n. 113 - 41100 Modena

tel. 059 208270 fax. 059 208520

Posta elettronica: anna.mazzali@mo.camcom.it

Eurospostello CCIAA Parma

EIC RELAIS

Via Verdi 2 - 43100 PARMA

Tel. 0521 210241 - Fax 0521 282168

Posta elettronica: anna.tanzi@pr.camcom.it

I.D.D. Ufficio Internazionalizzazione

CCIAA Reggio Emilia

EIC RELAIS

Piazza Vittoria 1 - 42100 Reggio Emilia

Tel. 0522 796236-796242 - Fax 0522 796300

Posta elettronica: idd@re.camcom.it

Ufficio Internazionalizzazione delle imprese

CCIAA Rimini - EIC RELAIS

Via Sigismondo, 28 - 47900 Rimini

Tel. 0541 363735 - Fax 0541 363747

Posta elettronica: estero@rn.camcom.it

Eurospostello CCIAA Bologna

P.zza della Costituzione 8 - 40128 Bologna

Tel. 051 6093286 - Fax 051 6093225

Posta elettronica: commercio.estero@bo.camcom.it

Eurospostello Ferrara

EIC RELAIS

Via Darsena,79 - 44100 Ferrara

Tel. 0532 783813 - Fax 0532 783814

Posta elettronica: eurospostello@fe.camcom.it



AUTORITÀ PER LA SICUREZZA ALIMENTARE IL PROGRAMMA DI CONFERENZE PER IL 2007

Benessere degli animali, allergeni ed etichettatura degli alimenti, contaminazione da fitosanitari, micotossine. Sarà dedicato a questi argomenti di particolare attualità il nuovo ciclo di conferenze organizzato da Europass, in collaborazione con l'Autorità europea per la sicurezza alimentare (EFSA). "Queste conferenze scientifiche - dice l'assessore regionale all'agricoltura Tiberio Rabboni - costituiscono una delle tante ricadute sul territorio emiliano-romagnolo della presenza dell'Autorità europea e dell'attività di Europass, l'ufficio nato proprio con l'obiettivo di fare della presenza di Efsa un'opportunità di qualificazione del sistema agrolimentare locale sui temi della sicurezza alimentare". "In Europa - ricorda ancora Rabboni - i consumatori sono molto sensibili a questi temi e occorre rispondere a tale domanda con iniziative adeguate. Si tratta di questioni cruciali non solo per quanto riguarda le possibili ricadute sulla salute, ma anche per la competitività delle imprese". Il ciclo di incontri è partito il 16 aprile a Reggio Emilia sul tema "Salute e benessere degli animali e qualità degli alimenti". L'appuntamento successivo sarà a Modena (Castello di Vignola) il 15 giugno alle ore 10,30 su "Allergeni e indicazioni nutrizionali (etichettatura degli alimenti)", mentre il 21 giugno a Piacenza alle ore 16 (Università del Sacro Cuore) si parlerà di "Contaminazione da fitosanitari e industria alimentare". Infine il 10 dicembre a Ferrara alle ore 15 (Castello Estense) verrà affrontato il tema "Agronomia e industria agroalimentare, il caso micotossine".

Istituito nel 2005, Europass è l'ufficio che si occupa dei rapporti fra l'Autorità europea per la sicurezza alimentare (EFSA) con sede a Parma e le Istituzioni, le associazioni di categoria, i soggetti imprenditoriali e le organizzazioni economiche-sociali del territorio emiliano romagnolo. Europass in particolare promuove la ricerca, l'innovazione, la specializzazione e la formazione del sistema agrolimentare regionale.

"La scelta di dare vita a Europass - spiega il presidente del Comitato istituzionale di Europass e della Provincia di Parma Vincenzo Bernazzoli - comincia a dare risultati. Sono in aumento le richieste di intervento ad Europass sia dall'Italia e che dall'estero su temi quali la formazione, la ricerca, la normativa".

Europass ha un sito dedicato al tema della sicurezza alimentare (www.europass.parma.it), una rassegna stampa internazionale e traduce i principali elaborati tecnici dell'EFSA così da renderli più facilmente disponibili agli imprenditori e agli operatori del settore.

Tra i progetti in corso, la creazione di un centro di coordinamento per la ricerca sulla sicurezza alimentare e un nuovo sistema informativo per mettere in rete i risultati dell'attività dei diversi enti che si occupano di questi temi.

CON LA FINANZIARIA ENTRANO IN VIGORE DUE STRUMENTI DI POLITICA INDUSTRIALE

Con l'approvazione della legge finanziaria sono entrati definitivamente in vigore i primi due strumenti di politica industriale (Fondo per i Progetti di Innovazione Industriale e Fondo per la Finanza di Impresa) che hanno, tra gli altri, l'obiettivo primario di riattivare i processi di sviluppo del sistema produttivo e della competitività delle imprese, in special modo di quelle piccole e medie.

In particolare nella legge finanziaria è stata anticipata l'attivazione del nuovo Fondo per la finanza di impresa destinato a facilitare l'accesso delle piccole e medie imprese al credito e al capitale di rischio.

La fase di progettazione esecutiva del nuovo F.F.I., con la relativa unificazione dei vari fondi pubblici esistenti, dovrà definire nuove modalità di intervento pubblico da realizzarsi attraverso l'accompagnamento a operazioni di finanza strutturata, utilizzando tutte le tecniche che il sistema finanziario nel suo complesso è in grado di progettare e che finora non hanno trovato una sponda pubblica adeguata.

L'innovazione rispetto all'attuale strumentazione pubblica di intervento potrebbe consistere:

1. nel superare la separazione funzionale fra fondi dedicati alla garanzia su indebitamento bancario e fondi per la partecipazione al capitale di rischio;
2. nel modificare la prevalente tipologia di intervento che privilegia la selezione delle singole operazioni di finanziamento (a titolo di debito o di capitale di rischio) delle singole imprese, con una conseguente frammentazione eccessiva dell'intervento pubblico;
3. nel riequilibrare l'eccessiva prevalenza dell'intervento pubblico verso operazioni di garanzia rispetto a interventi nel capitale di rischio, con conseguenti effetti di deresponsabilizzazione delle imprese a maggior tutela della esposizione del sistema bancario;
4. individuare meccanismi di supporto all'incontro tra soggetti finanziatori e piccole e medie imprese, favorendo l'utilizzo di strumenti finanziari che permettano di "sterilizzare" i rendimenti degli investimenti dalle oscillazioni di variabili di mercato non strettamente connesse agli stessi (es. tassi di interesse, tassi di cambio, etc.).

Per rendere operativo tale fondo sarà necessaria una fase di elaborazione delle regole di funzionamento, che saranno presumibilmente contenute in un Decreto del MSE.

L'intera architettura procedurale dovrà porre particolare attenzione ad impiegare periodicamente le risorse del FFI a favore di quelle operazioni di ingegneria finanziaria che presentano le migliori condizioni di accesso al credito ed al capitale di rischio per le imprese e/o sistemi di imprese, obbligando gli operatori finanziari ad attuare interventi innovativi nella loro composizione contrattuale e che siano in grado di attivare significative risorse private.

I destinatari degli interventi potranno essere soggetti in qualche modo innovativi e già presenti sul mercato quali i sistemi di imprese, le reti o i cluster di imprese, nelle loro più articolate e complesse organizzazioni, i quali evidenziano una domanda di finanza di gran lunga più sofisticata rispetto al passato nonché più matura ed attenta alle nuove forme di strumenti finanziari presenti sul mercato.

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

a cura di:



Pubb

Pubb