

# ECONERRE

OTTOBRE  
2009

ECONOMIA EMILIA-ROMAGNA

postatarget  
magazine  
NAZ/528/2009.  
Posteitaliane



## Scenari

Lavoro qualificato  
Ripresa garantita

Crescono in Emilia-Romagna tutte le tipologie distributive. Sono 70mila gli esercizi censiti dall'Osservatorio regionale. Particolarmente significativa la nuova fase di sviluppo dei "negozi di vicinato"

# Il nuovo volto del commercio

Foto: Galia Levi

## Focus Parma

"Proseguire sulla strada del cambiamento"

## Motori

Il Made in Italy corre sulle quattro ruote

## Inchiesta

Bill Gates fa acquisti nella "software valley"

## Settori

Tecnologia e innovazione al servizio della salute



Pubb

# Il commercio è l'anima dei nostri centri storici

Infrastrutture, innovazione, qualità urbanistica. Questi i fattori chiave per combattere il declino



\* Presidente  
Unioncamere Emilia-Romagna

di Andrea Zanlari\*

**P**La storia di un territorio e della sua gente si articola anche attraverso i luoghi del commercio che animano centri e borghi, la cui esistenza è connessa allo sviluppo e alla promozione economica, culturale e sociale delle aree urbane stesse.

Negli ultimi anni si è spesso parlato di valorizzazione dei centri storici con le leve del commercio per ridurre sia lo svantaggio competitivo con i poli di offerta esterni (centri commerciali, outlet centre), sia per migliorarne la capacità di attrazione.

In quest'ottica l'Indis (Istituto nazionale distribuzione e servizi), che si occupa delle tematiche della distribuzione commerciale, ha messo a punto un programma di lavoro, in collaborazione con il sistema camerale e con il mondo associativo, finalizzato alla riqualificazione dei centri storici e urbani. Le risultanze di questo lavoro sono confluite in un report, con l'idea di convogliare, in un prossimo futuro, i dati raccolti in un supporto informatizzato che consenta a Comuni, Regioni e altri soggetti interessati a riqualificare porzioni importanti del tessuto cittadino, la redazione di progetti di rivitalizzazione urbana e valorizzazione commerciale. In diverse città europee e oltreoceano la partnership tra pubblico e privato ha consentito la rivitalizzazione sociale ed economica del centro città con esiti soddisfacenti. Pensare al futuro dei centri storici e delle aree urbane senza includere il commercio significa comprometterne lo sviluppo, in quanto esso costituisce un importante fattore di crescita economica e di presidio alla qualità urbana e alle relazioni sociali.

A tal fine le politiche pubbliche, volte a combattere il declino dei centri storici, hanno bisogno di essere pianificate, condotte e promosse attraverso una partnership pubblico-privato con l'obiettivo di elaborare modelli innovati-

vi per la promozione nei centri storici delle attività commerciali e terziarie, considerate una delle risorse più importanti che influenzano fortemente lo sviluppo socioeconomico delle città. Un modello di intervento finalizzato a promuovere nei centri storici attività commerciali e terziarie dovrebbe essere basato su alcuni elementi. Innanzitutto un'efficiente rete infrastrutturale costituisce elemento di attrazione di nuove imprese, con effetti positivi sulla scala dell'attività economica e sul reddito del Paese.

L'innovazione, intervenendo nella sfera della tecnologia, costituisce una dimensione fondamentale del cambiamento sociale, perchè interagisce nell'ambito di una complessa matrice di fattori culturali, economici e istituzionali che è alla base dell'evoluzione della società. La pianificazione per valorizzare la funzione commerciale dei centri storici non può non tener conto di questo aspetto.

Infine, la qualità urbanistica: cioè individuare strumenti che consentano alla leva commerciale, utilizzata in sinergia con le politiche di arredo urbano, sicurezza e viabilità, di consolidare la funzione e il tessuto non solo economico ma anche sociale dei centri storici.

Su queste tematiche il sistema camerale continua a dare il suo sostegno per la valorizzazione del commercio nei centri storici, fattore produttivo rilevante, importante per il territorio perchè genera ricchezza e occupazione, oltre a svolgere una rilevante funzione sociale, sia avvicinando i servizi a chi può avere difficoltà a raggiungere i centri commerciali più distanti, sia contribuendo a mantenere la vitalità nei centri cittadini, oltre a influire sullo sviluppo del sistema turistico locale.

Se si vuole riequilibrare il rapporto tra centro e periferia, tra città e degrado, i Comuni, le Regioni, le Province e tutti gli enti interessati non devono limitarsi ai soli interventi di natura amministrativa, ma devono intraprendere un piano di azione più sostanziale, capace di incidere nella riqualificazione degli spazi pubblici e nel miglioramento della vita urbana ■

Amministrare non basta. Servono azioni di sostanza per migliorare la "vita urbana"

Pubb





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

Anno XV - n. 10  
Ottobre 2009  
Fuori commercio

Direttore responsabile  
Andrea Zanlari

Coordinamento editoriale  
Roberto Franchini (vicedirettore)  
Ugo Girardi  
Morena Diazi

Coordinamento redazionale  
Contesto Comunicazione 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  
e.mail: staff@rer.camcom.it

Foto Meridiana Immagini  
Paolo Righi, Andrea Samaritani  
e Elisa Pozzo

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

Concessionario per la pubblicità  
Franco Pavoncelli  
via Rosaspina n. 5  
40129 Bologna  
Tel. 051-359933  
e-mail: francopavoncelli@tin.it;

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

Autorizzazione  
del Tribunale di Bologna  
n° 6285 del 27 aprile 1994

In copertina  
foto Meridiana Immagini

## SOMMARIO

### 1 EDITORIALE

Il commercio è l'anima  
dei nostri centri storici

DI ANDREA ZANLARI

### 4 IN BREVE

### 6 VANNO E VENGONO

### 8 PRIMO PIANO

Cresce in regione  
la rete del commercio

DI GIOVANNA CHIARINI

10 "Negozi di vicinato"  
La rivincita sulla Gdo

DI SILVIA SARACINO

### 12 SCENARI

Lavoro qualificato  
ripresa garantita

DI ANTONELLA CARDONE

### 16 SETTORI

Tecnologia e innovazione  
al servizio della salute

DI GIOVANNA CHIARINI

### 21 FOCUS PARMA

"Proseguire sulla strada  
del cambiamento"

DI GIUSEPPE SANGIORGI

24 I sapori "Made in Parma"  
conquistano Francoforte

DI GIUSEPPE SANGIORGI

### 26 MOTORI

Il Made in Italy  
corre su quattro ruote

DI GAIA TORZINI

28 Motor Sport Expotech  
L'innovazione in pista

DI ALBERTO ANDERLINI

### QUADERNI&DOCUMENTI

Congiuntura  
2° trimestre 2009

### 31 CREDITO

La coesione sociale  
alla base dello sviluppo

DI GIUSEPPE SANGIORGI

34 Le banche puntano  
sul sistema delle Pmi

DI ANTONELLA CARDONE

### 36 RICERCA

Faenza pensa al futuro  
E apre l'incubatore

DI GIUSEPPE SANGIORGI

### 38 INCHIESTA

Bill Gates fa acquisti  
nella "software valley"

DI GIORGIA MAZZOTTI

### 40 AMBIENTE

Il consumatore?  
Meglio se "Abile"

DI LUCA POLITANO

42 Dal rifiuto al compost,  
passando per l'energia

DI GIOVANNI BERTI

### 45 AGROALIMENTARE

Lanciato a Cesena  
il G 20 dell'ortofrutta

DI ENRICO VINCENZI

### 48 AZIENDE

Da Momaboma  
le borse "su misura"

DI ROSSELLA PRESSI

50 Costruire un impero  
a colpi di idee

DI GIORGIA MAZZOTTI

### 53 FIERE E CONGRESSI

INSERTO PUBBLICITÀZIONALE

### 59 FLASH EUROPA

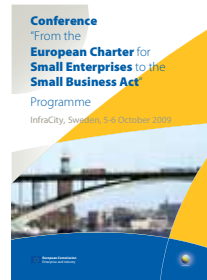
A CURA DI LAURA BERTELLA  
STEFANO LENZI, PAOLO MONTESI  
E GIANNA PADOVANI

## Golfo Persico Nuovi mercati per edilizia, food e turismo

Ventiquattro imprese emiliano-romagnole del settore costruzioni, arredo e scale hanno partecipato a una collettiva curata da Ice (Istituto nazionale per il commercio estero) e dalla Regione Emilia-Romagna, alla Saudi Build, fiera internazionale di Riad, capitale dell'Arabia Saudita, dedicata ai settori dei materiali e delle macchine per l'edilizia, setto-

re che nel Paese si sviluppa al ritmo del 7% l'anno. Nella stessa area, Promec, azienda speciale della Camera di commercio di Modena per l'internazionalizzazione, in collaborazione con il

Consorzio Pmi Export Modena, ha coordinato la partecipazione di cinque aziende alla fiera "Food & Hotel Oman" a Muscat, Sultanato dell'Oman, dove il settore del cibo e del turismo sta registrando una crescita senza precedenti, con la costruzione di numerosi hotel e quartieri residenziali.



## Emilia-Romagna, la regione delle "buone pratiche" L'imprenditoria "rosa" fa tappa a Stoccolma

Il Programma per l'Imprenditoria Femminile della Regione è stato selezionato come buona pratica dalla Commissione Europea – Direzione generale Imprese e industria – nell'ambito dell'European Charter for Small Enterprises 2009. L'iniziativa mira a individuare pra-

tiche europee d'eccellenza che possono risultare interessanti anche in altri Paesi perché particolarmente efficaci. 20% è la percentuale di imprenditoria femminile in Emilia-Romagna, a fronte di un dato pari all'8% a livello nazionale.

Le azioni per l'imprenditoria "in rosa" realizzate dalla Regione sono state presentate alla Conferenza "From the European Charter for Small Enterprises to the Small Business Act", che si è tenuta a Stoccolma il 5-6 ottobre scorsi.

Al progetto regionale è stato dedicato un workshop in cui sono state illustrate anche esperienze norvegesi, tedesche, irlandesi e inglesi.

Tre le azioni messe in atto dal Programma della Regione: facilitare l'accesso al credito alle imprenditori; sostenere le donne nell'approccio ai settori innovativi (attraverso la ricerca, gli spin-off, le nuove tecnologie); favorire la creazione di reti europee, nazionali e locali tra istituzioni e imprese. L'esperienza emiliano-romagnola è stata inserita in una brochure e in un cd prodotti dalla Commissione e pubblicata sul sito dell'Unione.

## Camere di commercio a confronto A Piacenza il meeting dei segretari generali

Si è svolta a Piacenza l'ottava edizione della convention dei segretari generali delle Camere di commercio dell'Emilia-Romagna, coordinate da Unioncamere regionale. Al centro del confronto, le tematiche dell'attualità: l'osservatorio sui servizi pubblici locali, il protocollo di collaborazione con il terzo settore siglato dalle Camere di commercio emiliano-romagnole attraverso l'Unione regionale, la riforma della Legge 580/1993 che regola l'ordinamento del sistema camerale. Sono state inoltre analizzate le prospettive derivanti dall'applicazione del "decreto Brunetta" sull'ottimizzazione della produttività del lavoro pubblico e sull'efficienza e trasparenza delle Pubbliche amministrazioni.



## PARMA CEPIM, CRESCERE L'INTERPORTO

Un accordo da 9 milioni di euro in sette anni tra Cepim e Catone Group di Pastorano (CE) con l'obiettivo incrementare il settore food e il traffico

intermodale all'interporto di Parma. L'intesa prevede la cessione di un'area di 40mila metri quadrati su cui sorgeranno nuovi spazi logistici a temperatura refrigerata per lo stoccaggio e distribuzione. L'accordo comporterà anche uno sviluppo dell'uso della modalità ferroviaria a cui l'azienda campana intende per il trasferimento della merce tra Nord e Sud e verso l'Europa dell'Est. L'investimento complessivo di Catone Group ammonterà a circa 30 milioni di euro.

## REGGIO TRANSCOOP FESTEGGIA 30 ANNI

Con l'inaugurazione del nuovo Centro Servizi (un investimento di 6 milioni di euro e 50mila metri quadrati per la logistica integrata) la cooperativa reggiana Transcoop ha festeggiato i trent'anni. Nata dalla fusione di quattro organizzazioni – il Centro Autotrasporti Reggiani



e le Cooperative Autotrasporti di Bibbiano, Autotrasportatori Prodotti Agricoli e Autotrasportatori Rubiera – oggi Transcoop, con un fatturato di oltre 114 milioni di euro, è il quinto player italiano nell'autotrasporto, associa 400 autotrasportatori e possiede un parco di oltre mille automezzi.

## PARMA CON CCEPP MEZZO SECOLO DI DOLCEZZA

Ha compiuto 50 anni la Ccepp di Parma, Coopera-

tiva commissionaria esercizi pubblici pasticcerie che offre alla ristorazione di Parma e provincia un referente unico per l'approvvigionamento. Il traguardo è stato l'occasione per realizzare un volume che ripercorre tutta la storia della società dalla fondazione. Oggi le imprese associate a Ccepp sono quasi 500. Molti dei suoi clienti appartengono al settore della ristorazione, ma non mancano bar, gastronomie, pasticcerie e operatori specializzati in vini e liquori. Più di tremila i prodotti trattati.

## Innovazione Un aiuto per sviluppare imprenditorialità

La Camera di commercio di Rimini promuove "Tutoraggio Innovazione", un servizio che fornisce sostegno concreto allo sviluppo di progetti innovativi, assicurando supporto informativo, di consulenza e progettuale, attraverso un approccio personalizzato in funzione delle caratteristiche dei progetti presentati. L'iniziativa, realizzata in collaborazione con Cise, Centro per l'innovazione e lo Sviluppo Economico della Camera di commercio di Forlì-Cesena, si rivolge a persone fisiche, in forma singola o associata, o a imprese che vogliano sviluppare un piano di innovazione da valorizzare in chiave imprenditoriale. I progetti saranno esaminati da un team di esperti che delinea le possibili azioni per dare risposta alle esigenze riscontrate, su diverse tematiche: business planning, orientamento ai finanziamenti, materiali innovativi, creatività, design, industrializzazione.



## Start Cup Bologna e Imola, ecco i vincitori Dalla "radio democratica" ai sistemi per "inseguire" il sole

Una radio via internet dove i programmi sono creati direttamente dagli ascoltatori, e nuovi sistemi di controllo elettronici per l'"inseguimento solare" in grado di aumentare in modo significativo la resa dei pannelli fotovoltaici. Queste le idee vincenti della decima edizione della Start Cup competition, il concorso che da dieci anni – cinque per la Sezione Imola – finanzia con un contributo in denaro a fondo perduto per sostenere la fase di start up le migliori idee d'impresa proposte da aspiranti imprenditori bolognesi e imolesi. "Spreaker", questo il nome del progetto vincitore per la sezione Bologna, propone una soluzione innovativa per recuperare qualcosa di molto simile alle "radio democratiche" della prima epopea degli anni '70. Antica è l'idea, moderne le soluzioni, come quella proposta da Biasol, per la sezione Imola: frutto dell'invenzione di due ingegneri di Lugo (Ra), la soluzione consiste in un "automatismo biassiale", in pratica un sistema automatico per orientare in pannelli, in grado di accrescerne di 30-35 punti percentuali la resa per metro quadrato. Entrambi i progetti parteciperanno di diritto al Premio Nazionale per l'Innovazione, una specie di "coppa dei campioni" tra i vincitori delle business plan competition organizzate da 40 università italiane che si terrà in dicembre a Perugia.

## Info-Point A Bologna servizi per "clienti business"

La Camera di Commercio di Bologna ha attivato due spazi informativi, alla Fiera di Bologna e all'aeroporto Marconi, per offrire ai clienti business informazioni turistiche e indicazioni utili sulla città, iniziativa attivata in accordo con Aeroporto, Fiera e Bologna Congressi. Nei corner sono disponibili anche informazioni di mercato (elenchi, visure, brevetti e marchi) o di accoglienza (alberghi, ristoranti, spettacoli, eventi culturali). È in fase di preparazione poi la "Hello Bologna card", per facilitare la scoperta della città con agevolazioni per trasporti, shopping, cultura e gastronomia.



## BOLOGNA LE VERNICI DI INVER PER TRENITALIA

Conquista un'importante commessa da Trenitalia il gruppo Inver, leader europeo del settore vernici a basso impatto ambientale (140 milioni di fatturato consolidato 2008). La Società delle Ferrovie dello Stato ha acquistato dall'azienda di Minerbio vernici idrosolubili per 230 carrozze del valore di oltre 200 milioni di euro. Presente sul mercato da 75 anni, Inver, guidata da Giovanni



Domenichini, è pronta a fare fronte alla crescente domanda con una produzione attuale di 25 milioni di chili annui, che raggiungerà i 35 milioni entro il triennio.

## MULTIUTILITY HERA ENTRA IN AIMAG

Con un investimento di 35 milioni di euro, il Gruppo Hera ha acquistato il 25% di Aimag, multiutility che opera nelle province di Modena e Mantova. L'operazione prevede la cessione della quota di azioni di alcuni Comuni soci, aderenti al Patto di sindacato presieduto da Enrico Campedelli, sindaco di Carpi, Comune capofila dell'operazione, che incasserà

quasi 10 milioni di euro. Dopo la cessione, la quota del capitale sociale di Aimag in mano pubblica scenderà al 65%, mentre quella delle Fondazioni bancarie rimarrà invariata al 10%.

## MODENA ANCORA GROUP SI CONSOLIDA IN SUD AMERICA

Dopo l'apertura di una filiale in Brasile, si consolida la presenza del Gruppo Ancora sul mercato sudamericano grazie a una commessa dalla

Ceramica Faboce in Bolivia, aggiudicata al gruppo sassolese leader negli impianti per la lavorazione di fine linea. La produzione di Faboce finora era limitata a tegole e mattoni in terracotta. Grazie a due moderne linee per la levigatura e la lappatura realizzate da Ancora nello stabilimento di Sassuolo, Faboce potrà ora produrre gres porcellanato tecnico e smaltato.





Paolo Bruni  
con Maurizio Gardini



## COOPERAZIONE

### Gardini al timone di Fedagri-Confcooperative

È **Maurizio Gardini** il nuovo presidente di Fedagri-Confcooperative. Subentra a Paolo Bruni che dopo sei anni ha assunto la delega ai rapporti comunitari in Confcooperative. Gardini, dal 1996 presidente di Confcooperative Emilia-Romagna, è stato anche confermato alla presidenza di Conserve Italia. Due i vice designati: Raffaele Drei e lo stesso **Paolo Bruni**, nominato a.d. dell'istituto Nomisma. Sempre in ambito Confcooperative, il presidente di Modena, **Gaetano De Vinco**, va alla guida di Federsolidarietà/Confcooperative Emilia-Romagna. Cambio anche a Legacoop Agroalimentare dove il modenese **Giovanni Luppi** è stato nominato presidente nazionale.

## COMMERCIO

### Margini a Confcommercio International

**Ugo Margini**, presidente di Confcommercio Parma e dell'Unione Regionale del Commercio, del Turismo e dei Servizi dell'Emilia-Romagna, è stato nominato a.d. di Confcommercio International che opera per tutelare gli interessi degli associati presso le istituzioni comunitarie.



Ugo Margini

## AGROALIMENTARE

### Conferme e new-entry nelle associazioni del biologico, pomodoro e vino

**Paolo Carnemolla** è confermato a Pro.B.E.R., l'associazione dei Produttori Biologici e Biodinamici dell'Emilia-Romagna. A Parma, **Lorenzo Bonazzi** guida l'Unione Agricoltura, mentre **Pier Luigi Ferrari** resta al vertice del Distretto del Pomodoro. Due nuovi direttori: **Coldiretti Emilia Romagna**, **Gianluca Lelli** succede a Claudio Dusi, a Confagricoltura Reggio Emilia **Roberto Iotti** subentra a Marco Benati. La Strada del Sangiovese, Strada dei Vini e dei Sapori delle Colline di Faenza chiama **Pierino Liverani** dopo Morena Trerè. Bis in Casa Artusi a Forlimpopoli: presidente **Giordano Conti** e **Sergio Zavoli** presidente onorario. Nel cda, **Laila Tentoni** (vice), **Sara Fusco**, **Mario Riciputi** e **Maria Grazia Silvestrini**.



Pier Luigi Ferrari

## TRASPORTI

### Da Parma all'Europa Ecco le nomine

L'assemblea dei soci di Tep (Comune e Provincia di Parma) ha nominato come nuovo presidente dell'azienda dei trasporti pubblici, **Tiziano Mauro** al posto del dimissionario **Andrea De Adamich**. Sempre a Parma, **Johann Marzani**, presidente di CePIM spa è stato nominato vice-presidente di Europlatforms dove affianca il neo-eletto presidente **Josè Luis Rodriguez**. **Gino Onofri** ha preso il posto di **Fabio Fabbri** come presidente della cooperativa di trasporti bolognese Cosepuri.



Johann Marzani

## INDUSTRIALI

### Nuovi incarichi in Confindustria

Il carpigiano **Massimo Goldoni**, attuale presidente dell'Unacoma, è stato eletto vicepresidente dell'associazione europea costruttori macchine agricole (Cema). **Annalisa Sassi**, parmigiana, export manager del prosciuttificio Sassi Fratelli, guiderà i Giovani imprenditori di Federalimentare. A livello regionale, **Andrea Farina** è stato nominato da Confindustria presidente della Commissione consultiva Terziario innovativo e tecnologico. Va a **Luigi Amedeo Melegari** la guida dell'Ance Bologna, associazione dei costruttori.

## TURISMO

### Questi i numeri uno per terme, alberghi, campeggi e non solo



Iglis Bellavista

Le terme dell'Emilia-Romagna hanno un nuovo timoniere. **Iglis Bellavista** di Forlì è stato eletto presidente dell'Unione di prodotto regionale Terme, Salute e Benessere. Come coordinatore regionale, confermato **Tiziano Tanzi** di Salsomaggiore Terme. Il reggiano **Pierluigi Saccardi** è stato riconfermato al vertice dell'Unione di prodotto regionale Appennino e Verde. Nuovo coordinatore regionale è **Annalisa Piccinelli** di Bologna. Rinnovato impegno anche per **Alessandro Giorgetti** alla presidenza della Federalberghi Emilia Romagna. Rimane anche **Patrizia Rinaldis** al timone dell'Associazione Albergatori di Rimini.

**Monica Saielli**, riccione, è salita al vertice di Assocamping Confesercenti regionale. Il Gal Antico Frignano e Appennino Reggiano conferma presidente **Luciano Correggi** e **Valeria Camurri** vice. Infine **Aureliano Bonini**, fondatore di Trademark Italia, ricopre da qualche mese il ruolo di Regional Director per il Sud Europa del network Cayuga Hospitality Advisor, rete di consulenti professionali esperti di turismo e ospitalità della Cornell University di Ithaca (Usa).



## CONFAPI

Novità giovani: a Reggio, Lodi presidente, a Modena, Ascari vicepresidente

Nuovo direttivo per il Gruppo Giovani Confapi PMI Reggio Emilia. Alla presidenza è stato eletto **Claudio Lodi** (Lodi Luigi & Figli srl di Fabbriico e di Extrema srl di Bagnolo San Vito), che subentra a Cinzia Rubertelli. Due i vice: Luca Gorreri (Gorreri srl di Lentigione) e Cinzia Lucenti (Feredil srl di Pratisollo di Scandiano) che è stata anche chiamata alla vicepresidenza del Gruppo Giovani Unionapi Emilia-Romagna guidato dal reggiano Ivan Brini. Sempre a Reggio, Medardo Landi è da qualche tempo presidente del consorzio Apiexport.

Confapi pmi Modena ha invece eletto vice-presidente **Daniela Ascari**, prima donna ai vertici dell'associazione, che succede a Giuseppe Gelati.

Claudio Lodi



## CAMERE

A un italiano la poltrona di comando di Eurochambres

Dopo 40 anni un italiano torna alla guida di Eurochambres, l'associazione europea delle Camere di commercio di 45 Paesi, che ha chiamato al vertice **Alessandro Barberis**, presidente della Camera di commercio di Torino. Barberis, che è anche numero uno di InfoCamere (società consortile di informatica delle Camere di commercio), assumerà la presidenza nel 2010, raccogliendo il testimone del francese Pierre Simon. **Alessandro Strianese**, presidente della Camera di commercio di Salerno, è invece il nuovo numero uno di Assocamerestero, associazione delle Camere di commercio italiane all'estero. Novità anche in Unioncamere italiana, che ha nominato **Claudio Gagliardi** segretario generale. Gagliardi ha svolto la maggior parte della sua carriera professionale a Unioncamere, dove è stato direttore del Centro studi e Segretario generale con la responsabilità dell'area Ricerca, Innovazione e Formazione.

Novità in regione: dalla Borsa Merci-Ager alle Camere di Ferrara e Reggio Emilia. Il presidente della Camera di Bologna **Bruno Filetti** è stato confermato per i prossimi tre anni al timone della Borsa Merci-Ager gestita dall'Ager (Associazione Granaria Emiliano-Romagnola), che riunisce più di 1.200 operatori ed è il principale mercato cerealicolo nazionale. A Ferrara, **Loris Braga** vicepresidente della Coldiretti estense, è il nuovo componente della Giunta della Camera di Commercio. A Reggio Emilia, primo passo per il rinnovo della governance con l'elezione di **Ermes Anigoni** presidente di Confesercenti e **Rodolfo Manotti**, presidente di Confartigianato Impresa, come nuovi membri della Giunta della Camera di commercio in sostituzione di componenti dimissionari nei settori di commercio e artigianato.



Flavio Delbono



## ISTITUZIONI

Bernazzoli e Delbono ai vertici di Upi e Anci ER

**Vincenzo Bernazzoli**, presidente della Provincia di Parma, è stato eletto presidente di Upi (Unione delle Province) dell'Emilia-Romagna. Come vice arriva **Stefano Vitali**, presidente della Provincia di Rimini. Al vertice regionale di Anci (associazione dei Comuni) è stato invece designato **Flavio Delbono**, mentre al sindaco di Piacenza **Roberto Reggi** è andata la vicepresidenza dell'Ani nazionale.

## FONDAZIONI

Da Acri nuova fiducia a Giuseppe Guzzetti

Acri (Associazione di Fondazioni e Casse di Risparmio spa) ha confermato il lombardo **Giuseppe Guzzetti** come presidente nazionale. Entrano nel comitato di presidenza **Antonio Patuelli** (Cassa di Risparmio di Ravenna) e **Piergiuseppe Dolcini**, (da poco confermato al timone della Fondazione Cassa dei Risparmi). A Bologna, **Fabio Roversi Monaco** rimane presidente della Fondazione Carisbo che ha nominato alla vicepresidenza **Filippo Sassoli de' Bianchi**. Al vertice della Fondazione Manodori di Reggio Emilia è stato designato **Gianni Borghi**, che presiede la locale Associazione Industriali. A guidare la Fondazione di Vignola, resta **Giovanni Zanasi**.

## CNA

Rieletto Malavasi, a Govoni la presidenza regionale

**Ivan Malavasi**, imprenditore metalmeccanico di Correggio, è stato rieletto presidente nazionale di Cna. Incarico nazionale anche per la forlivese **Paola Sansoni** chiamata alla presidenza nazionale di Cna Impresa Donna. Titolare dello Studio Immagine Snc di Forlì, da tre anni Paola Sansoni è presidente di Cna Impresa Donna dell'Emilia-Romagna. Cambio al vertice anche per Cna Emilia Romagna di cui **Paolo Govoni**, imprenditore edile di Copparo, è diventato presidente regionale.

Paola Sansoni



## SERVIZI

Promobologna chiama Grandi

**Roberto Grandi**, docente della facoltà di Scienze della comunicazione di Bologna, è il nuovo presidente di Promobologna, agenzia per la promozione turistica e il marketing territoriale del capoluogo emiliano, con mandato fino al 2011.

A Ferrara, **Elisabetta Scavo** è stata nominata direttore di Sipro, l'agenzia per lo sviluppo della provincia. La Regione Emilia-Romagna ha nominato **Daniele Alni** (presidente), **Gianluca De Filio** e **Filippo Bortolini** componenti del cda di Ervet.



di Giovanna Chiarini

# I dati presentati a Rimini: oltre 70mila gli esercizi commerciali censiti dall'Osservatorio

## Cresce in Emilia-Romagna la rete del commercio

**P**arlare di commercio non significa solo parlare di merci e vendite. Ma anche di qualità della vita, sistema di relazioni tra persone, sostenibilità ambientale, capacità di soddisfare le esigenze dei consumatori. Fattori fondamentali, nella vita dei cittadini, sono condizionati dal sistema del commercio.

Quanta strada deve fare il consumatore per acquistare ciò di cui ha bisogno? Prevalgono i grandi supermercati con ampia scelta di prodotti oppure le piccole botteghe dove è garantito il servizio per ciascun cliente? C'è sufficiente concorrenza tra i punti vendita?

Per rispondere a queste domande, l'Osservatorio regionale del commercio ha realizzato un'analisi dettagliata per fotografare la situazione e fornire un quadro aggiornato della consistenza e della qualità della distribuzione.

Con 71.173 esercizi commerciali, 1,3% in più rispetto all'anno precedente, nel 2007 è cresciuta in Emilia-Romagna la rete del commercio in tutte le sue tipologie distributive, dal commercio tradizionale ai negozi specializzati, dai discount ai supermercati, sia nel settore alimentare, con 17.396 punti vendita, sia in quello non-alimentare, con 53.777 esercizi. Il settore riprende dunque la crescita che nel 2006 si era interrotta, presentando una diffusione superiore a Lombardia e Veneto. Con un numero di supermercati maggiore rispetto alla media nazionale, la rete regionale fa registrare un marcato processo di ammodernamento del settore, ma nello stesso tempo la diffusione di super e ipermercati non penalizza i piccoli punti vendita. Questi in sintesi i risultati della rile-

vazione, resi noti in occasione del convegno "Costruiamo la rete degli osservatori regionali del commercio", che si è tenuto al Gran Hotel di Rimini il 25 settembre. Nel corso dell'evento, organizzato dalla Regione in collaborazione con il Coordinamento delle Regioni in materia di commercio, si sono confrontati i rappresentanti di diverse regioni italiane, amministratori comunali, tecnici ed esperti, alla presenza del presidente di Confcommercio Emilia-Romagna Ugo Margini, del presidente di Confesercenti Emilia-Romagna Roberto Manzoni, del segretario generale di Unioncamere Emilia-Romagna Ugo Girardi e del-

l'assessore regionale al Turismo e commercio Guido Pasi. Obiettivo dell'incontro: iniziare un percorso per dotarsi di strumenti di rilevazione omogenei per la valutazione dell'andamento della rete distributiva.

Due gli aspetti su cui si è concentrata l'indagine: la capillarità della rete distributiva (numero di punti vendita per 1.000 abitanti) e la sua densità, ovvero la superficie totale di vendita ogni 1000 abitanti. Il risultato è che l'Emilia-Romagna propone ai consumatori una presenza più diffusa della distribuzione rispetto ad altre regioni del Nord (caratterizzate invece dalla concentrazione): una percentuale di 16,65 esercizi per 1.000 abitanti a

Dal 2007, saldo positivo per tutte le tipologie distributive. In media, più 1,3%



fronte dei 13 della Lombardia, 14,75 del Veneto e 16,35 del Piemonte. Inferiore a queste regioni è invece il dato sulla densità degli ipermercati che, con una superficie totale di 260.260 mq, presentano 60,87 mq per 1.000 abitanti, valore comunque superiore al dato nazionale, ma inferiore agli 87,8 mq della Lombardia, 83,82 del Piemonte e i 64,93 del Veneto.

Nella sola rete alimentare, numericamente in regione prevalgono nettamente i negozi tradizionali, che rappresentano il 91% dei punti vendita, ma la superficie di vendita dedicata a questa tipologia è il 36%, mentre la maggioranza dei metri quadrati a disposizione va alla moderna distribuzione: 50% ai supermercati, 20% agli ipermercati, 13% a discount e superette, 4% a specializzati. Tra gli specializzati spicca il settore degli alimenti macrobiotici, biologici e dietetici che ha registrato un aumento del 37% rispetto all'anno precedente. Differenze intervengono poi a livello provinciale, per cui il commercio tra-

dizionale alimentare ha un valore minimo a Bologna (32%) e massimo a Rimini (49%), mentre è a Reggio Emilia il valore massimo di superficie moderna pari al 76%.

Venendo al settore non alimentare, anche qui i negozi tradizionali rappresentano il 90% dei punti vendita. D'altra parte, si riscontra una situazione di equilibrio tra distribuzione moderna (51%) e tradizionale (49%) per superficie di vendita. La quasi totalità dei metri quadrati a disposizione delle medie e grandi superfici è riservata a esercizi specializzati. Su tutti prevale il settore dei mobili e accessori per la casa. Nel mercato non-alimentare, inoltre, a differenza di quello del cibo, prevalgono catene e negozi indipendenti rispetto ai raggruppamenti della "cooperazione al consumo" e della distribuzione organizzata.

Questione a parte è quella del commercio su aree pubbliche. Quest'anno l'Osservatorio ha concentrato l'analisi sul settore delle fiere, presentando i dati previsionali per il 2009.

Con 716 fiere programmate, si registra un aumento degli eventi pari all'1,7%. 96mila in tutto le giornate di vendita e 40mila il numero di posteggi totali. Il 41% sono posteggi non alimentari, 7,2 alimentari, mentre la maggioranza (48,9%) sono "non definiti", cioè non assegnati in concessione decennale, disegnando – a differenza di ciò che accade nei normali mercati – una situazione di flessibilità nella composizione dell'offerta delle fiere, coerentemente con il loro carattere di straordinarietà e novità ■



Guido Pasi,  
assessore regionale  
al Turismo e commercio

## L'ANALISI

### Queste le priorità per l'assessore regionale al Turismo e commercio Guido Pasi "Regole omogenee e strumenti di valutazione condivisi"

■ Abbiamo l'esigenza di disporre di strumenti che ci permettano di capire se i risultati che si perseguono effettivamente si realizzano. Occorre cominciare a lavorare per creare un sistema di verifica degli effetti delle politiche a un livello più ampio delle realtà di ogni singola regione". Questo secondo l'assessore regionale al Turismo e Commercio Guido Pasi il significato della costruzione di una "rete degli osservatori regionali sul commercio", al centro del convegno organizzato dalla Regione a Rimini lo scorso settembre.

La mobilità dei consumatori nelle zone di confine, la disponibilità ad attraversare i confini regionali per usufruire di certe tipologie distributive o dell'offerta di certi esercizi commerciali, un sistema delle imprese che opera sempre più a livelli sovraregionali, ma anche sovranazionali e talvolta mondiali. Sono tutti elementi che "impongono un quadro di riferimento più ampio, a partire da macroaree composte da almeno più regioni", aggiunge Pasi. Un'analisi opportuna anche per l'assetto normativo, visto che la definizione di alcune

modalità organizzative nel settore del commercio – come il lancio di vendite straordinarie, le norme sui requisiti professionali richiesti, la semplificazione dei procedimenti – ha effetti a livello sovraregionale.

"In Emilia-Romagna il settore del commercio ha raggiunto un buon livello evolutivo. Tutte le tipologie distributive sono cresciute, consentendo una situazione di equilibrio tra i diversi format di vendita", prosegue Guido Pasi commentando i dati della rilevazione, richiamando poi l'attenzione su quello che è stato fatto per promuovere la rete della distribuzione tradizionale, diffusa nei centri storici, nei centri minori e in montagna: "La rete degli esercizi di vicinato sta vivendo un processo di qualificazione importante da parte della Regione – sottolinea – con 85,3 milioni di euro di risorse messe a disposizione nel periodo 2005-2009, oltre ai 40mila euro di contributi regionali, statali e comunitari per 206 progetti presentati da enti pubblici e 2345 da operatori privati, mirati alla qualificazione della rete nel contesto stesso in cui è insediata. I progetti finanziati hanno atti-

vato investimenti per circa 153 milioni di euro". Questo nella consapevolezza che i soli principi della concorrenza e della liberalizzazione non possono determinare lo sviluppo del settore: "Il sistema distributivo necessita di regole", precisa l'assessore. "Se lasciamo fare tutto al mercato rischiamo di impoverire le nostre città di un'offerta che spesso si è sviluppata a scapito del contesto di vita dei cittadini".

Tre sono gli aspetti prioritari che guidano l'azione della Regione e che dovranno essere alla base dei futuri interventi, secondo l'esponente della Giunta regionale. In primo luogo regole che garantiscano un progresso economico responsabile: "Non vincoli ma opportunità per tutti". Secondo punto, uno sviluppo che tenga conto delle caratteristiche dei territori, la vivibilità e la salvaguardia ambientale. Terzo, un sistema di regole chiaro, certo, semplificato, definito in modo omogeneo. "Per perseguire questi obiettivi – conclude Pasi – uno strumento fondamentale può essere proprio una rete di Osservatori regionali del commercio, per valutare l'andamento e definire interventi adeguati" ■



di Silvia Saracino

Crescono le piccole botteghe, addirittura più degli iper. Soffrono le strutture intermedie

# “Negozio di vicinato” La rivincita sulla Gdo

**L**e piccole botteghe di quartiere reggono la concorrenza di super e ipermercati e registrano negli ultimi due anni una lieve crescita.

Ben lontani dal chiudere, dunque, fruttivendoli e fornai tengono il passo e aumentano anche più dei grandi ipermercati. Secondo quanto rilevato dall'Osservatorio regionale del commercio, nel 2007 i negozi di vicinato – con una superficie inferiore ai 250 mq – sono aumentati dell'1,44% rispetto all'anno precedente, circa 1.000 unità in più, e si assestano a quota 67mila.

Le grandi strutture sono aumentate nello stesso periodo dello 0,71% mentre sono in calo le strutture medio piccole (meno 1,38%) e medio grandi (meno 0,84%). Nel periodo 1998-2007 si è invece registrato un aumento più consistente nella grande distribuzione organizzata (più 20%, 34% per le grandi strutture) mentre i negozi di vicinato sono aumentati dell'8,34%, pari a 5.163 esercizi in più. L'aumento della Gdo non ha soffocato lo sviluppo della piccola bottega che si conferma



la forma di vendita al dettaglio più diffusa a livello regionale: per il terzo anno consecutivo, nel 2007 gli esercizi più piccoli del non alimentare hanno coperto circa il 90% della rete distributiva.

“La flessione dei negozi di vicinato si è registrata soprattutto negli anni Novanta con il boom della Gdo – spiega Paola Castellini responsabile dell'Osservatorio regionale del commercio – poi la flessione è stata via via più lieve fino ad arrivare all'ulti-

mo periodo dove si vede un assestamento e una lieve crescita”.

L'aumento del vicinato si è registrato in tutte le province, con punte a Rimini (più 2,97%), Parma (più 2,32%) e Ravenna (più 2,08%). Analizzando la distinzione tra alimentari e non alimentari, si nota una crescita molto simile nelle botteghe fino a 150 mq di superficie: più 1,5% negli alimentari e più 1,25 nei non alimentari. I negozi con superficie inferiore a 250 mq hanno invece un andamento opposto: più 2,36% i non alimentari e meno 2,57% gli alimentari.

Le tenute e, in alcuni casi, la lieve crescita dei negozi di vicinato “conferma la volontà dei commercianti di rimanere sul mercato investendo in qualità”, spiega il direttore di Confcommercio Emilia-Romagna Davide Urban. “Nei centri storici i negozi offrono qualità e personalizzazione del servizio, che continuano ad attirare il consumatore”. Affinché la piccole botteghe sopravvivano “servono però risorse economiche a favore dell'inno-

Oramai alle spalle la flessione degli anni '90. Spiccano Parma, Rimini e Ravenna

## Numero degli esercizi di vicinato – Variazioni percentuali per provincia

Province	Numero esercizi 2007	Variazione % numero esercizi 2007-2006	Variazione % numero esercizi 2007-1998
BOLOGNA	13.002	0,60	4,23
FERRARA	5.904	1,53	- 2,65
FORLÌ-CESENA	6.589	1,64	17,64
MODENA	9.802	0,40	8,63
PARMA	7.091	2,32	9,14
PIACENZA	4.513	1,03	5,77
RAVENNA	6.638	2,08	11,68
REGGIO EMILIA	6.354	1,42	8,63
RIMINI	7.176	2,97	16,00
REGIONE	67.069	1,44	8,34

vazione dei servizi commerciali ma anche interventi infrastrutturali, da parte degli enti pubblici, per garantire l'accessibilità al centro: parlo ad esempio di parcheggi e di misure che facilitino l'ingresso in queste zone".

L'Osservatorio regionale del commercio "può essere importante come supporto alle dinamiche di sviluppo del settore ed è un'attività che va ulteriormente rafforzata" spiega Roberto Manzoni presidente di Confesercenti regionale.

Importanti, per la tenuta dei negozi di vicinato, sono stati in questi anni gli interventi messi in campo dalla Regione. Dal 2001 al 2005 l'ente di viale Aldo Moro ha erogato contributi per oltre 55mila euro destinati a progetti di valorizzazione commerciale nei centri storici e nei centri minori: dagli interventi sulle infrastrutture al sistema della mobilità, dalla riqualificazione delle singole strutture commerciali alla promozione dell'area. Sono state coinvolte più di 6.000 imprese commerciali, e sono stati attivati investimenti totali per 452 milioni di euro.

A partire dal 2006, la Regione ha avviato una seconda generazione di interventi per l'attivazione e la promozione dei centri commerciali naturali: si punta di più ad interventi coordinati tra pubblico e privato, per sviluppare progetti di promozione complessiva del territorio, non solo da un punto di vista delle infrastrutture.

Accanto agli interventi regionali c'è sicuramente un aspetto più "fisiologico", che ha contribuito alla tenuta dei piccoli negozi: l'aumento dell'impresaria straniera. Dati Unioncamere alla mano, dal 2000 al 2009 le imprese del commercio al dettaglio gestite da stranieri sono aumentate del 215%, mentre quelle gestite da italiani sono diminuite dell'8,2 per cento.

"L'aumento è molto significativo" sottolinea Urban. Per Confcommercio "non c'è alcuna criticità, chiediamo però che i titolari stranieri abbiano gli strumenti e siano messi nella condizione per conoscere le norme che regolamentano il settore, norme che tutti devono rispettare" ■



## L'INTERVISTA

### Ma le grandi catene distributive devono confrontarsi con un profondo cambiamento negli stili di consumo **Gdo, cresce la concorrenza**

**C**on oltre 200 supermercati e 23 ipermercati, la Coop di consumatori è la catena distributiva più presente in Emilia-Romagna. A livello regionale operano tre principali cooperative, Coop Adriatica, Coop Estense e Coop Consumatori Nordest, a cui si aggiungono Coop Reno e Coop Eridana.

Anche Coop ha risentito del calo generale di vendite che ha colpito nel 2009 non solo i piccoli negozi ma anche la grande distribuzione organizzata, con una flessione dello 0,7% nei primi sei mesi dell'anno. E deve fare i conti con una concorrenza sempre più aggressiva da parte di altre catene distributive, visto che l'Emilia-Romagna è una delle regioni a maggior livello di presenza di metri quadri di Gdo per abitante.

Nonostante ciò, spiega Massimo Bongiovanni, presidente di Centrale Adriatica che riunisce le cooperative del distretto adriatico, "la contrazione delle vendite è dovuta più ai cambiamenti profondi negli stili di consumo che all'azione concorrenziale di un singolo concorrente".

**Come incide la crisi nel carrello della spesa?**  
"Innanzitutto è bene precisare che nel paniere dei prodotti commercializzati il rallentamento o la contrazione della Gdo è molto lontana dalla caduta di fatturato che ha connotato altri comparti industriali. È vero che comunque registriamo un rallentamento delle vendite anche sui beni alimentari. Si vendono più prodotti basici, come farina, pasta, biscotti e meno piatti pronti, surgelati, carni rosse a favore delle meno costose carni bianche".

**Come si collocano i prodotti a marchio Coop?**

"Hanno registrato nell'ultimo anno una cre-

scita importante nelle vendite perchè, grazie al loro rapporto qualità prezzo, sostituiscono analoghi prodotti più costosi. In questo quadro sono cresciute anche le referenze di primo prezzo: a parità di analoghe funzioni d'uso il carrello della spesa vale meno. Ma sicuramente anche le politiche dell'offerta da parte della distribuzione hanno giocato un ruolo non secondario: i cambiamenti degli stili di consumo hanno prodotto risposte e azioni commerciali peculiari di ogni catena distributiva. Per questo la contrazione delle vendite è più la risultante di cambiamenti profondi degli stili di consumo che dell'azione concorrenziale".

**Quali sono le vostre iniziative a favore dei consumatori?**

"Nel 2009 abbiamo messo in atto azioni fortemente orientate alla convenienza e al contenimento dei prezzi: tra queste, il paniere di 100 prodotti a marchio Coop con lo sconto del 20% e lo sconto del 30% sui prodotti freschi. Tutto questo ha certamente contribuito sul piano delle politiche dell'offerta, unitamente alle modifiche della domanda, a diminuire il valore del venduto. In ogni caso Coop, in quanto leader della moderna distribuzione e soprattutto in quanto sistema di cooperative di consumatori, continuerà nel proprio impegno che ancor prima che commerciale è valoriale: quello che a noi interessa è che i consumatori vedano in Coop un coerente protagonista della tutela del loro potere d'acquisto" ■



Massimo Bongiovanni



di Antonella Cardone

Oltre 24 milioni per la formazione dei lavoratori delle aziende in crisi e non solo

# Lavoro qualificato Ripresa garantita

**O**ltre 24 milioni di euro per qualificare la formazione dei lavoratori e prepararli alla ripresa economica: è la prima tranche di finanziamenti per il Piano delle politiche attive previsto dal Patto per attraversare la crisi, sottoscritto a maggio tra la Regione e le parti

sociali. In totale vengono messi a disposizione 24,5 milioni di euro, di cui 12 milioni per dare opportunità formative ai lavoratori e alle imprese della Regione e 12,5 milioni per i fabbisogni specifici delle imprese che verranno determinati dai monitoraggi effettuati congiuntamente dalle istituzioni e dalle parti sociali.

Le azioni formative che saranno realizzate dovranno soprattutto rispondere alle esigenze di aggiornamento, specializzazione e qualifica-

zione dei lavoratori interessati dagli ammortizzatori sociali in deroga, ma saranno rivolte a tutti i lavoratori, nella logica della parità di trattamento. La formazione si rivolge alle imprese del territorio, per accompagnarle e sostenerle in questa fase di crisi ma anche per aiutarle ad adeguare competenze, profes-

sionalità e strategie in vista della ripresa economica.

“La formazione – spiega l’assessore regionale alla Formazione e al Lavoro Giovanni Sedioli – è lo strumento per innalzare le competenze dei lavoratori, delle imprese e dei sistemi di impresa, e rappresenta una leva strategica per affrontare la

Innalzare le competenze per resistere oggi e prepararsi al “dopo crisi”



## IL PROGETTO

Primo obiettivo, evitare l’espulsione dal mercato del lavoro

### Ecco i contenuti del Piano

Il Patto per attraversare la crisi sottoscritto da Regione e parti sociali prevede nel campo della formazione interventi rivolti in primo luogo alle persone, per prevenire e contrastare ogni forma di espulsione dal mercato del lavoro, attraverso processi di aggiornamento, qualificazione, riqualificazione e riconversione, finalizzati a incrementare l’occupabilità e l’adattabilità dei lavoratori. Sull’altro fronte, viene dato sostegno alle imprese che investono nei processi di riorganizzazione e di innovazione, per aiutarle a superare la crisi e a riposizionarsi al momento della ripresa, e per non disperdere la ricchezza del tessuto produttivo e del “fare impresa”.

L’utenza che beneficerà delle politiche attive è estremamente diversificata, si va dai lavoratori in sospensione o in riduzione di orario per periodi di breve durata per i quali non sono fattibili percorsi di qualificazione; ai lavoratori che, sempre in sospensione o a orario ridotto per breve tempo, non necessitano di una riqualificazione vera e propria per rientrare al lavoro ma di una formazione per aggiornare le competenze; o ancora ai lavoratori in sospensione per periodi maggiori o in mobilità, con meno competenze e che rischiano di perdere il lavoro, per i quali sono necessari percorsi di qualificazione, anche per una eventuale riconversione professionale ■





crisi. Gli interventi che abbiamo programmato sono volti a prevenire e contrastare ogni forma di espulsione dal mercato del lavoro attraverso la valorizzazione della risorsa umana, e a sostenere le imprese che investono nei processi di riorganizzazione e innovazione”.

Nel dettaglio, questo primo bando rende disponibili 11 milioni di euro del Fondo Sociale Europeo per finanziare la formazione per l'aggiornamento, la specializzazione e la qualificazione professionale dei lavoratori di aziende in crisi; 5 milioni di euro per adeguare questa offerta anche ai lavoratori non interessati da provvedimenti in deroga; 2 milioni di risorse regionali per azioni di accompagnamento alle strategie di sviluppo e all'imprenditorialità; 5 milioni di euro del Fondo Sociale Europeo a disposizione delle Province per sostenere le imprese, le filiere e i sistemi produttivi locali, sulla base delle specificità territoriali; 1,5 milioni di euro di risorse nazionali dedicate alla riqualificazione professionale e al reinserimento occupazionale dei collaboratori a progetto delle aziende interessate da situazioni di crisi.

## LA STRATEGIA

Il catalogo mette in rete l'offerta formativa di nove regioni  
Attivati ben 1.233 corsi, di cui 263 master

### Nuovo impulso all'Alta formazione

**È** un fondo che sfiora i 3 milioni di euro quello messo a disposizione dalla Regione per finanziare anche quest'anno gli assegni formativi dell'importo massimo di 5 mila euro destinati ai residenti in Emilia-Romagna che volessero frequentare master universitari, percorsi di alta formazione, corsi di specializzazione e di riqualificazione previsti dal Catalogo interregionale di Alta formazione. La cifra esatta è di 2,8 milioni di euro, risorse del Fondo sociale europeo mirati all'assegnazione dei voucher per l'accesso individuale ai corsi con l'obiettivo di promuovere la formazione lungo tutto l'arco della vita e sostenere la domanda di mobilità interregionale. In Emilia-Romagna, per questa edizione, sono 340 i corsi a catalogo, di cui 39 master.

L'offerta formativa complessiva comprende 1.233 corsi, di cui 263 master. Il catalogo – che mette in rete l'offerta formativa di 9 regioni, permettendo così alle persone di spostarsi anche oltre i confini locali – offre a persone

occupate, inoccupate e disoccupate tra i 18 e i 64 anni residenti in Emilia-Romagna l'opportunità di scegliere, anche in altre regioni, un'attività formativa e di fare domanda alla Regione Emilia-Romagna per la concessione di un voucher dell'importo massimo di 5 mila euro a copertura delle spese di iscrizione e di un contributo fino a 3 mila euro, nel caso in cui la sede sia extraregionale, a copertura delle spese di alloggio e trasporto.

Tenuto conto dell'attuale situazione del mercato del lavoro regionale, la Giunta ha stabilito che tali risorse siano destinate per il 50% alla graduatoria relativa a disoccupati e inoccupati e per il 50% a quella relativa ad occupati, anche parasubordinati e autonomi, compresi i lavoratori in cassa integrazione ordinaria o speciale e le persone in mobilità. Il titolo di studio richiesto è la laurea, ma per le persone occupate o in cassa integrazione ordinaria, straordinaria o in mobilità è sufficiente il diploma di scuola superiore ■

## LE CIFRE

Impegnati oltre 200 milioni. Nel 2009, nonostante la crisi, in campo ulteriori 70 milioni

### Por-Fse, mantenuti gli obiettivi iniziali

**S**ono 2.593 i progetti approvati, 202,3 i milioni di euro impegnati (pari al 25% del totale del Programma), oltre 44 milioni le risorse liquidate ai beneficiari, 70.786 i potenziali destinatari e 41.321 le persone in formazione: questi i dati sull'attuazione del Programma operativo Fondo sociale europeo della Regione Emilia-Romagna al 31 dicembre 2008, contenuti nel Rapporto annuale di esecuzione 2008. Lo ha reso noto il Comitato di sorveglianza, l'organismo, previsto dai regolamenti comunitari, che ha il compito di accertare la qualità e l'efficacia dell'attuazione del Programma operativo, cofinanziato dal Fondo sociale europeo (Obiettivo Competitività Regionale e Occupazione). “Siamo nelle condizioni di rispondere al meglio alla situazione di crisi che si sta manifestando in questo periodo, anche nella nostra Regione”, spiega Alfredo Bertelli, sottosegretario della presidenza della Giunta della

Regione Emilia-Romagna. “Stiamo utilizzando tutte le opportunità per favorire le esigenze non solo di chi è colpito dalla perdita del posto di lavoro – osserva Bertelli – ma anche delle persone che necessitano di una riqualificazione professionale”.

Delle 41.321 persone coinvolte nelle attività, il 47,8% sono occupati, il 28,2% sono disoccupati, il 23,9% inattivi. Prevalente è la fascia d'età degli adulti dai 25 ai 55 anni, con il 57,3%. Le donne rappresentano complessivamente il 44,3% dei destinatari.

Dei 202,3 milioni di euro impegnati, il 14% è volto a sostenere l'adattabilità dei lavoratori e delle imprese al contesto produttivo ed economico, il 58% è finalizzato all'occupabilità delle persone, il 10% a promuovere l'inclusione sociale delle persone più vulnerabili e il 14% a favore dell'investimento sul capitale umano.

I dati positivi contenuti nel Rapporto annuale di esecuzione 2008 sono stati rafforzati dall'approfondimento proposto sullo stato dell'arte della programmazione al 15 giugno 2009: 3.240 le operazioni approvate, 97.488 i potenziali destinatari, 54.178 le persone già in formazione e 235,2 i milioni di euro impegnati.

Il dato finanziario e, in particolare, l'avanzamento della spesa pari a oltre 68 milioni di euro al 30 aprile 2009 permette, in prospettiva, il raggiungimento dell'obiettivo dei 70 milioni, stabilito inizialmente dalla Commissione europea per evitare il disimpegno delle risorse. “Nonostante la modifica dei Regolamenti Comunitari, dettata anche dall'attuale crisi economico-produttiva, abbia portato ad una riduzione dell'obiettivo di spesa la Regione Emilia-Romagna ha voluto mantenere l'obiettivo iniziale e, come sistema, è riuscita a conseguirlo” ■

## L'INTERVISTA

Giovanni Sedioli, assessore regionale alla Formazione e al lavoro

### “La ripresa ci sarà. Ma bisognerà competere sulla qualità, non sui costi”

▲▲ È investendo sulle competenze delle persone che, in una chiave anticiclica, si perseguono gli obiettivi di sviluppo sostenibile verso la società della conoscenza”. Questa l'analisi di Giovanni Sedioli, assessore regionale alla Formazione e al lavoro.

**Come prevedete si strutturerà il mercato del lavoro quando la crisi economica sarà definitivamente superata?**

“La valutazione generale attuale è che ci sarà una ripresa complessiva dei mercati, e soprattutto della capacità competitiva delle nostre imprese. In attesa che ciò avvenga occorre intervenire sulla qualità del prodotto che esce dalle fabbriche, perché è ormai chiaro che una competizione a livello globale non può certo avvenire sui costi”.

**Innalzare la qualità dei prodotti implica anche innalzare la qualità del lavoro?**

“Certo, perché è indissolubilmente legata alla qualificazione, a tutti i livelli, delle professionalità”.

**Come bisogna operare, in concreto?**

“Creando le condizioni affinché si migliori la preparazione professionale dei lavoratori, calibrando la formazione su due obiettivi distinti di modo da garantire i diritti della persona e la capacità economica delle imprese di rispondere alle nuove domande del mercato. Il primo obiettivo è migliorare le competenze nell'ambito del settore in cui i lavoratori già operano, aggiornandoli rispetto a nuove organizzazioni o nuove produzioni. Il secondo, creare competenze diverse da quelle che il lavoratore attualmente ha in modo che siano spendibili in altri settori. Questo naturalmente vale per chi adesso opera in ambiti destinati al ridimensionamento”.

**La crisi colpisce tutti i settori e le professionalità in modo indistinto, però chi è già debole viene colpito di più, in particolare immigrati e donne.**

“C'è una particolare attenzione al tema, soprattutto perché nel caso degli immigrati la perdita del lavoro equivale per loro al rientro in clandestinità. Cerchiamo di calibrare l'offerta di modo da saper dare risposte a ogni esigenza. Per le donne, c'è una nota positiva: sta emergendo che il mercato del lavoro femminile tiene di più di quello complessivo. Comunque, in generale nelle nostre politiche siamo sempre attenti a modulare gli interventi il più possibile su misura delle esigenze dei singoli lavoratori. E, elemento che questa crisi richiede fortemente, consapevoli che nulla è statico, per cui anche da parte nostra occorre la predisposizione a una maggiore flessibilità per essere pronti semmai il mutare delle condizioni economiche richiedesse un cambiamento della formazione dei lavoratori. È per questo che le tipologie formative di aggiornamento o di qualificazione disponibili per ciascun lavoratore saranno estremamente flessibili nelle modalità didattiche e nei tempi di erogazione, modulari e adattabili alle esigenze dei singoli lavoratori e tempestive, cioè immediatamente disponibili sulla base dei fabbisogni” ■



Giovanni Sedioli, assessore regionale alla Formazione e al lavoro

Gli organismi accreditati dalla normativa regionale per la realizzazione delle attività formative, alle imprese e alle società di servizi stanno rispondendo positivamente al bando aperto dalla Regione Emilia-Romagna. Una prima azione a bando riguarda l'aggiornamento e la specializzazione dei lavoratori che usufruiscono degli ammortizzatori in deroga, con corsi di formazione di 40 ore che dovranno essere attivati in modo tempestivo, ogni quattro lavoratori inviati dal Centro per l'impiego. Sono i Centri per l'impiego, infatti, che accompagneranno il lavoratore nell'individuazione del percorso formativo più indicato. Inoltre i percorsi formativi fortemente strutturati saranno disponibili e inseriti all'interno di un catalogo regionale.

Con lo strumento del bando aperto saranno finanziati piani formativi di singole aziende interessate da provvedimenti di cassa integrazione ordinaria, straordinaria e in deroga. I destinatari dei corsi sono in via prioritaria i lavoratori in cassa integrazione, ma anche i colleghi non interessati da provvedimenti di ammortizzatori sociali, nell'ottica di rendere maggiormente efficace l'azione formativa a sostegno dei processi di ristrutturazione aziendale.

La stessa procedura permetterà di finanziare piani formativi a supporto dei processi di crescita aziendale, cioè di quelle aziende che assumono lavoratori in mobilità. I destinatari del piano sono infatti i lavoratori in mobilità neoassunti, che necessitano di formazione per il nuovo ruolo, ma anche gli altri lavoratori dell'impresa.

Per accompagnare le imprese nella definizione di strategie di sviluppo e innovazione e per sostenere progetti di imprenditorialità saranno attivati percorsi mirati intervenendo, nel primo caso, a sostegno delle figure imprenditoriali e, nel secondo caso, sulle competenze dei dipendenti lavoratori che intendono subentrare agli imprenditori o dei lavoratori fuoriusciti dal ciclo produttivo per dotarli di strumenti per ricoprire il ruolo di imprenditore ■

Pubb



di Giovanna Chiarini



L'eccellenza biomedicale affonda le radici in regione, per un comparto che non conosce crisi

# Tecnologia e innovazione al servizio della salute

**S**ono solo due i distretti produttivi emiliano-romagnoli che nel primo trimestre del 2009 hanno aumentato le esportazioni. Rari infatti sono i valori preceduti dal segno positivo nell'ultimo monitor sull'export di Carisbo. Il primo è quello relativo al distretto del tessile di Carpi, con

più 1,4%. Ma quello più nettamente in controtendenza rispetto al trend generale è il distretto tecnologico biomedicale di Mirandola. Mentre i valori esportati dalle aree distrettuali della regione registrano un calo tendenziale del 15,2%, quella biomedicale

mirandolese spicca per un aumento delle esportazioni del 3,3% rispetto al corrispondente periodo dell'anno scorso. Naturale dunque puntare i riflettori sulla "biomedical valley" per capire cosa c'è dietro questo risultato e che cosa rappresenta il "biomedicale" in Emilia-Romagna. Quella che emerge è una storia di

eccellenza e di prodotti di alto livello, un percorso ad alta intensità di ricerca e di brillanti esempi di imprenditorialità che mettono la tecnologia al servizio della salute e del miglioramento della qualità della vita. Una storia, insomma, che vale le pena di raccontare.

Filiera industriale che comprende l'insieme delle tecnologie e dei prodotti che afferiscono alla sanità – a esclusione dei farmaci – il settore biomedicale comprende tre ambiti di produzione. Il primo è relativo ad apparecchi elettromedicali, materiale medico-chirurgico e veterinario, strumenti per l'odontoiatria. Gli altri due sono quelli delle protesi ortopediche e delle protesi dentarie. È dunque una posizione cruciale all'interno dell'industria della salute quella rivestita dal biomedicale, poiché sviluppa e realizza un insieme di prodotti che contribuiscono all'efficacia dei sistemi sanitari. In Italia il settore è fortemente concentrato tra Emilia-Romagna e Lombardia, che da sole impegnano quasi il 60% degli occupati totali.

In regione le zone con la maggiore concentrazione di addetti nel settore sono quelle di Bologna e Parma (due aree particolarmente vocate anche per la filiera farmaceutica), Budrio, in provincia di Bologna, con i maggiori centri di eccellenza per la produzione delle protesi ortopediche, e appunto il distretto di Mirandola, che comprende anche i comuni di Medolla, Concordia, Cavezzo, San Felice, San Possidonio e San Prospero.

Questo comparto a forte contenuto tecnologico, presenta un'eccezionale concentrazione di imprese biomediche che stanno portando avanti una tradizione quarantennale inaugurata grazie allo spirito di iniziativa di un giovane farmacista, Mario Veronesi che negli anni Sessanta trasformò il volto dell'economia locale. Queste aziende furono le prime a sviluppare sofisticati apparati per l'emodialisi. Da qui iniziò ad affermarsi e a diffondersi l'utilizzo dei prodotti monouso sterili in campo ospedaliero – siringhe, deflussori per fleboclisi e altri dispositivi usa e getta in materiale plasti-

Solo nel Modenese sono 117 le imprese del settore. Positivi tutti gli indicatori, export in testa

co – che hanno abbattuto il rischio di infezioni. Qui è nato il primo rene artificiale d'Italia. E sempre qui si sta lavorando a nuovi impianti salvavita, come polmoni artificiali di ultima generazione (è la sfida della RanD Microtech di Medolla). Negli anni si sono man mano inserite diverse piccole aziende artigiane che si sono consolidate fornendo supporto ai gruppi maggiori: la Dasco, la Bellco, la Dideco.

A fine 2008 l'intero settore biomedicale in provincia di Modena conta 117 imprese (dati della Camera di commercio di Modena) specializzate in apparecchi per cardiocirurgia, emodialisi, usa e getta ospedalieri: un tessuto produttivo composto da una decina di imprese leader e multinazionali, che alimentano un indotto di piccole aziende. Un universo in continuo fermento che oggi vale 843 milioni di euro, di cui il 39,5% è rappresentato dall'export (333 milioni). In questo quadro, le imprese appartenenti al distretto di Mirandola sono circa 70, con un numero di addetti pari a 4.256 unità, un fatturato di circa 633 milioni di euro e una quota di prodotto esportata pari a circa il 60% (dati dell'Osservatorio sul settore). La Camera di commercio di Modena rileva inoltre che dopo un andamento altalenante nei valori della produzione degli ultimi tre anni, a partire dal secondo trimestre del 2008, in uno scenario generale caratterizzato da valori negativi nel manifatturiero dell'area, il settore biomedicale modenese comincia a mostrarsi in controtendenza, instaurando un trend positivo con incrementi di produzione che raggiungono il 5,9% nel primo trimestre del 2009.

Germania (58%), Francia (37%) e Stati Uniti (36%) i Paesi verso cui il settore biomedicale modenese ha maggiormente esportato i suoi prodotti lo scorso anno, con incrementi notevoli nei confronti dei Paesi Bassi (più 14,3%) e di tutta l'area del Medio Oriente che, con un aumento che sfiora il 30%, è la zona geografica che ha fatto registrare il miglior andamento.

E guardando al futuro, si prevedono scenari di ulteriore sviluppo per

## IL CASO

# Dalla RanD macchine cuore-polmone per gli ospedali di tutto il mondo Impianti "salvavita" A Medolla la nuova frontiera

**G**ambro Dasco, B. Braun Avitum, Tyco, Fresenius, Sorin Group, Mallinckrodt, Baxter: sono alcune delle multinazionali del settore biomedicale che hanno messo radici nel distretto di Mirandola. L'eccellenza però non è solo nei grandi gruppi leader del mercato. Veri e propri concentrati di tecnologia e specializzazione sono anche le micro-imprese, l'altra faccia del pianeta tecnologico mirandolese e patrimonio di inestimabile valore del suo tessuto produttivo.

Esempio ai massimi livelli è quello della RanD Biotech di Medolla. La sua missione, sperimentare le nuove frontiere dell'innovazione nel campo degli impianti salvavita. Missione portata avanti con successo, visto che l'azienda può vantare una riconosciuta leadership a livello internazionale nel campo delle tecnologie legate agli organi artificiali.

Con 18 collaboratori, tutti tecnici e ingegneri, e 4,5 milioni di euro di fatturato, la RanD è già proiettata nel futuro della tecnologia applicata alla sanità e, anche per questo, ha lasciato la crisi fuori dalla porta, attraversando, proprio in questi mesi così complicati per molte realtà emiliano-romagnole, un periodo d'oro. Tra i progetti in cantiere firmati "RanD", quello chiamato Heart rappresenta l'evoluzione del tradizionale polmone artificiale e in generale dei sistemi di assistenza ai pazienti con compromessa capacità respiratoria. Il progetto, sponsorizzato dal ministero dello Sviluppo economico, consente ad esempio la sopravvivenza del paziente per un tempo sufficiente al trasferimento da un centro di cura all'altro.

Tra i gioielli biomedicali della RanD, anche il Performer CPB, la macchina cuore polmone, ambita dalle migliori cliniche e ospedali di tutto il mondo, che permette di effettuare perfusioni per la cura di tumori, per il supporto epatico, o per la terapia intensiva in caso di insufficienze multi-organo. È comunque la chi-



rurgia oncologica il "core business" della RanD che, dopo cinque anni di sodalizio con l'americana Medtronic, che deteneva il 15% del capitale, lo scorso ottobre ha deciso di riacquistare le sue azioni e tornare indipendente. L'unione era stata realizzata nel 2003 per lo sviluppo, la promozione e la distribuzione su scala mondiale dell'apparecchiatura multifunzione per terapie oncologiche e l'innovativo sistema cuore-polmone. Ceduto il know-how in campo cardiocirurgico alla Medtronic, ora l'azienda medollese si concentra sui nuovi progetti, puntando allo sviluppo di terapie innovative. "Il prossimo passo – rivela il titolare dell'azienda Gianni Bellini, inventore con la sua equipe del fegato artificiale Performer – è la conquista dei mercati di Cina e Usa", con l'obiettivo considerato "raggiungibile" di incrementare del 30-40% il fatturato entro il 2010 ■

il settore, per diversi motivi. In primo luogo perché il biomedicale convoglia in sé i progressi della tecnologia e dell'innovazione di diversi campi della ricerca scientifica mondiale: medicina, biofisica, biochimica, applicazioni dell'elettronica e dell'informatica, scienze dei materiali, fino all'ingegneria genetica e alle nano-biotecnologie.

Progressi da cui trarre nuovo slancio e che consentono nuove e sempre più vaste applicazioni. Di importanza non secondaria è anche la crescente capacità di diagnosi e di terapia da parte dei medici. In terzo luogo, il progressivo invecchiamento della popolazione determina un aumento del bacino di persone interessate dai prodotti biomedicali, nonché la richiesta di servizi in grado di garantire un'elevata qualità della vita.

Non solo. A crescere sempre più è anche la sensibilità nei confronti del miglioramento delle condizioni di vita delle persone disabili, che rappresentano un importante bacino di riferimento, tra le altre cose, per il settore delle protesi ortopediche. Punta di diamante della protesica in Emilia-Romagna è Budrio. Qui, oltre a diverse imprese specializzate, si trova l'eccellenza anche nella sanità pubblica. Si tratta del Centro Protesi Inail di Vigorso, la più grande realtà europea del campo, con 90 posti letto, 1500 nuovi pazienti solo nel 2008, oltre ai 12mila "fidelizzati", seguiti da 300 addetti che assicurano tecnologie all'avanguardia, attività di riabilitazione, supporto psicosociale e reinserimento lavorativo. Nato all'inizio degli anni Sessanta, il centro mira a far raggiungere la massima autonomia possibile attraverso ginocchi elettronici, mani mioelettriche e tanti altri tipi di protesi all'avanguardia, senza dimenticare il lato estetico dei prodotti, anche nel campo della protesica sportiva, dall'atletica allo sci, dal tennis al free-climbing. Tra i suoi pazienti, anche il pilota di Formula 1 Alex Zanardi che, dopo l'incidente che gli è costato entrambe le gambe, è tornato a camminare, e ora anche a guidare, grazie al lavoro dei professionisti del centro bolognese ■

## LA STRATEGIA

### Il Centro in prima linea per mettere in contatto ricerca scientifica e mondo produttivo

# Trasferimento tecnologico

## Il ruolo di Democenter-Sipe

**A**pparecchiature sempre più sofisticate e nuovi materiali. Questo il futuro del settore del biomedicale. Ne è convinta Democenter-Sipe, il Centro di Innovazione e Trasferimento Tecnologico di Modena che offre alle aziende informazioni e conoscenze sulle nuove tecnologie, facendo da ponte tra il mondo dell'impresa e quello dell'innovazione e della ricerca scientifica. L'obiettivo è favorire una forte interazione tra aziende e diversi soggetti della ricerca del territorio: università, enti di ricerca, Centri e Parchi tecnologici pubblici e privati, per stimolare il trasferimento tecnologico, accelerare i processi d'innovazione e accrescere la competitività delle imprese dei vari settori dell'industria manifatturiera e nel campo dell'Ict.

Diverse le azioni realizzate dal Centro in supporto al comparto biomedicale, a partire dalla promozione e consulenza nel campo dei materiali innovativi. Fondamentale in questa direzione il ruolo di MaTech Point Modena, centro di eccellenza nella ricerca e applicazione di nuovi materiali e tecnologie innovative, nato grazie a un

accordo con Matech – Materiali Innovativi del Parco scientifico tecnologico Galileo di Padova e il dipartimento dei Materiali e dell'ambiente dell'università di Modena e Reggio Emilia, delle cui competenze si avvale MaTech Point.

Polimeri che non creano allergie se vengono in contatto con la pelle, materiali termoplastici resistenti al calore, gel idrofilici dal potere assorbente e biocompatibili. Questi alcuni dei materiali di ultima generazione che Democenter-Sipe ha promosso anche tra le aziende del distretto biomedicale di Mirandola, utilizzabili per le applicazioni più diverse in campo sanitario, dalle coperte per sala operatoria alle spugne a cui possono essere aggiunte sostanze terapeutiche rilasciate gradualmente, dagli imballaggi protettivi alle protesi.

Ma l'attività di Democenter-Sipe è anche rivolta al potenziamento delle tecnologie delle aziende dal punto di vista delle attrezzature diagnostiche. In particolare il Centro promuove l'applicazione di tecnologie per la creazione e l'adattamento di protesi e macchinari "ad hoc" per il singolo individuo. La filosofia di fondo che guida questi progetti realizzati dai laboratori collegati a Democenter è quella di basare le proprie ricerche su modelli matematici che tengono conto della diversità umana e dunque paragonabili, per la specificità, al Dna umano.

Le innovazioni offerte alle aziende del biomedicale e promosse dal Centro però sono in pieno sviluppo. In cantiere ci sono nuove soluzioni, come polveri da utilizzare nella realizzazione di protesi che potrebbero essere costruite in poche ore nel rispetto della biodiversità del paziente. Lo stesso potrebbe essere fatto per ferri chirurgici e altri tipi di attrezzature ■



Foto Gala Levi



Pubb

Pubb

Terzo mandato per Andrea Zanlari al vertice della Camera di commercio di Parma

# “Proseguire sulla strada del cambiamento”

**A**ndrea Zanlari ha vissuto da protagonista gli anni del cambiamento della Camera di commercio, dopo la legge di riforma, la 580 del 1993, che ne ha completamente riconfigurato identità e funzioni. Introducendo un nuovo modello di istituzione basato sul concetto di “autonomia funzionale”, la legge definita di “riordino” ha trasformato radicalmente l’ente camerale da struttura burocratica a soggetto propulsivo per la crescita del territorio sulla base delle esigenze provenienti dal sistema economico locale. In dieci anni, dal 1999, l’ente di Via Verdi ha vissuto in pieno questo passaggio epocale, guidato proprio da Zanlari che a metà settembre è stato eletto all’unanimità per la terza volta al vertice della Camera che ha rino-

vato gli organi fino al 2014. **Presidente, la sua è stata una conferma chiara che testimonia fiducia per l’opera svolta fino a oggi.** “È un riconoscimento che mi onora, soprattutto perché esprime compattezza e unità di intenti del mondo economico locale. È anche uno stimolo a proseguire dando continuità a una straordinaria avventura in cui abbiamo affrontato assieme la sfida del cambiamento. Nel primo mandato abbiamo strutturato l’organizzazione della Camera in base alla legge di riforma, rendendola più flessibile e operativa, mentre nel secondo abbiamo completato il processo di informatizzazione dell’ente che è diventato sempre più ‘casa delle imprese e per le imprese’, dalle stesse considerato una realtà di servizio vicina e non più distante e burocratica”.

**Quali sono state le iniziative più rilevanti a cui si darà naturale seguito nei prossimi anni?**

“La Camera di commercio si è impegnata per supportare le imprese sui mercati esteri, per agevolarne l’accesso al credito e farle crescere attraverso interventi formativi adeguati. Ha lavorato per garantire servizi all’altezza di una Pubblica amministrazione al passo con i tempi. Si è inoltre proposta come Authority locale per un’efficace attività di regolazione del mercato. L’obiettivo prioritario della valorizzazione del territorio provinciale è stato ricercato su tutte le componenti strategiche, dalle infrastrutture al

Sempre di più al fianco delle imprese: così l’ente di Via Verdi prosegue la sua azione di rinnovamento

sistema dei servizi, e su temi cruciali come l’innovazione, il marke-

## LA SQUADRA

Ecco le nuove cariche all’ente camerale, valide fino al 2014

### Molti veterani, qualche new entry

**N**el suo mandato-ter, il presidente Andrea Zanlari è al vertice di una squadra con nove volti nuovi, un terzo sui 27 componenti il Consiglio camerale, l’organo di direzione politica, formato dai rappresentanti dei diversi settori dell’economia. I consiglieri in carica per il mandato 2009 – 2014 sono: Lorenzo Bonazzi e Gian Carlo Ramella (Agricoltura), Leonardo Cassinelli, Gianpaolo Gatti, Paolo Giuffredì, Marco Granelli, Gianpaolo Lombardo (Artigianato), Andrea Zanlari, Marco Desimoni, Enzo Malanca, Ugo Margini (Commercio), Giovanni Mora (Cooperazione), Guido Corradi (Credito e assicurazioni), Cesare Azzali, Simone Carotenuto, Romano Dall’Aglio, Gianpaolo Faggioli, Luciano Manara, Giulio Venturini (Industria), Paolo Bertoletti (Organizzazioni sindacali), Paolo Bandini, Alberto Bertoli, Domenico Capitelli, Giancarlo Menta (Servizi alle imprese), Paolo Cavaliere (Trasporti e spedizioni), Emio Incerti (Turismo), Ermanno Ianelli (Tutela dei consumatori). La Giunta, l’organo esecutivo, guidata dal presidente Zanlari, presenta quattro nuovi eletti su nove componenti: Paolo Cavaliere, Gian Paolo Faggioli, Lorenzo Bonazzi e Giancarlo Menta. Confermati Marco Granelli, Gian Paolo Lombardo, Enzo Malanca, Giovanni Mora. Nella sua prima riunione, la Giunta ha designato vicepresidente Gian Paolo Gatti, imprenditore di Fidenza ■



Andrea Zanlari, per la terza volta al vertice della Camera di commercio di Parma

ting territoriale, in autonomia o sinergia con altri enti locali, il sostegno alla filiera agroalimentare e al comparto turistico. Tutto questo sotto un triplice profilo: settoriale, attraverso l'azione sulle filiere e i settori trainanti; dimensionale, adeguando gli interventi in funzione

della dimensione delle imprese, e territoriale, favorendo l'integrazione tra operatori economici ed istituzioni".  
**Come si è orientata l'azione camerale in questi anni?**

"Il sistema di gestione delle risorse è mutato, passando da una impostazione pubblicitaria a una di stampo

aziendale che privilegia l'ottica della effettiva fruizione degli aiuti. Infatti, sono cospicui i mezzi assegnati in ambito promozionale per rafforzare la competitività delle imprese: nel decennio l'importo complessivo ha sfiorato i 35 milioni di euro. Le risorse a beneficio del territorio comprendono anche operazioni di capitalizzazione di società che gestiscono strutture e infrastrutture di interesse dell'economia locale. In questo caso l'impegno finanziario camerale è stato di quasi 8 milioni di euro. Molto importante è stato il potenziamento della telematica nella gestione dei servizi amministrativi per velocizzare lo svolgimento delle pratiche: basti pensare che grazie agli sportelli virtuali, quelle presentate a mano dalle imprese si sono ridotte da oltre l'80% nel 2000 a poco più di un quarto".

**In questo ambito Parma può vantare un progetto all'avanguardia nel mondo.**

"Tale è la Borsa Merci Telematica per il mercato dei prodotti agroalimentari, di cui la Camera è il maggiore azionista. Il valore degli scambi delle merci e delle derrate agricole da postazioni remote è cresciuto in modo esponenziale, passando dai 47 milioni del 2006 ai 204 del 2007. In questi anni il sostegno al comparto agroalimentare, che rappresenta una delle maggiori leve strategiche della promozione territoriale, è stato

## L'ANALISI

### L' economista Fabio Sdogati. "Necessario continuare a supportare le imprese parmensi sui mercati internazionali" **"Dopo crisi", una bussola per l'export**

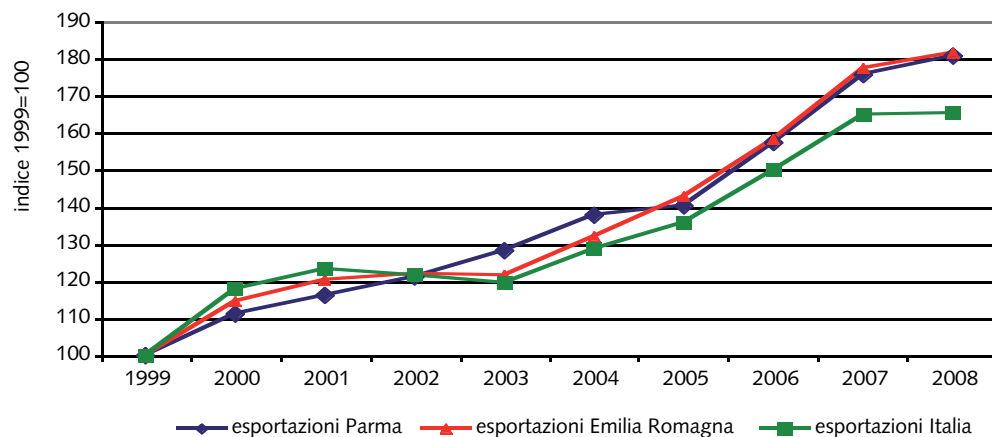
La vocazione internazionale della provincia di Parma è cresciuta in un decennio pesante caratterizzato dal susseguirsi, l'uno dopo l'altro, di tanti avvenimenti che hanno segnato situazioni difficili da interpretare e affrontare". Parola del professor Fabio Sdogati, docente di Economia internazionale al Politecnico di Milano, a cui la Camera di commercio ha commissionato a uno studio che analizza bilanci e prospettive future. L'export provinciale è salito del 150 % in dieci anni: dai 2,5 miliardi di euro del 1995 ai 4,5 miliardi del 2008.

"Questo tessuto imprenditoriale – aggiunge Sdogati – ha saputo gestire bene l'internazionalizzazione e Parma ha saputo integrarsi nell'economia mondiale in un periodo che ha visto in sequenza l'introduzione dell'euro ed una situazione dei cambi instabile, lo scoppio della bolla dot-com, la crisi seguita all'attentato alle Torri Gemelle dell'11 settembre, l'allargamento ad est dell'Unione Europea, quindi la bolla immobiliare statunitense, infi-

ne la crisi finanziaria che nel 2008 si è estesa all'economia fino ai nostri giorni con commercio internazionale, poi produzione, e infine anche tasso di occupazione in drastico calo. Il quadro non migliorerà a breve in modo sensibile".

Quale allora la ricetta per affrontare il futuro? "Bisogna continuare a supportare e accompagnare – osserva – le imprese all'estero attraverso missioni, con la partecipazione a fiere, ma soprattutto essere selettivi sui mercati di sbocco. Accanto a destinazioni tradizionali dei paesi dell'Europa a 27, soprattutto già consolidate come Francia, Germania e Spagna, occorre investire verso nuove frontiere quali gli Stati Uniti, l'India, la Cina, il Sud America, individuando i prodotti adeguati. Sotto questo profilo, un buon segnale è la capacità che le aziende hanno dimostrato di saper diversificare le produzioni e cambiare la specializzazione commerciale, andando oltre la vocazione agroalimentare, che pure rimane centrale" ■

### Confronto tra Parma, Emilia Romagna ed Italia, esportazioni dal 1999 al 2008





rafforzato con l'obiettivo di presentare Parma come sistema di eccellenze creando così un collegamento naturale con l'idea di qualità. Tappa significativa è stata la scelta di Parma come sede dell'Authority europea per la sicurezza alimentare, l'Efsa, a seguito dello sforzo corale di tutte le istituzioni provinciali. La Camera è anche il principale azionista di Alma, la scuola internazionale di cucina italiana con sede a Colorno, che sostiene così in modo indiretto l'esportazione dei prodotti".

**In continuità con il lavoro svolto, quale è la linea tracciata per i prossimi cinque anni?**

"I risultati amministrativi e organizzativi raggiunti grazie anche alla qualità delle persone che hanno composto le Giunte ed i Consigli che hanno saputo muoversi in maniera unitaria, ci permettono di fissare un obiettivo: riavviare il circuito virtuoso tra imprese e territorio, ripensando gli assetti e portando avanti proposte nuove. La crisi potrebbe infatti minare la compattezza del sistema territoriale. Sull'assunto che le imprese competitive fanno il territorio e viceversa, è necessario favorire l'evoluzione del sistema. Quindi le imprese devono innovare, ma alle istituzioni tocca il compito di guidare il cambiamento focalizzando gli obiettivi con efficacia, minori costi e maggiori garanzie di sviluppo".

**In concreto, questo cosa significa?**

"Sulla base di una precisa architettura delle scelte e di un definito metodo di azione, la Camera deve predisporre gli strumenti per favorire l'internazionalizzazione, l'accesso al credito, il ricambio delle imprese, lo sviluppo del capitale umano territoriale, una sempre maggiore cultura imprenditoriale. Tutto questo all'interno di una strategia fondata su scelte decise, ma condivise, attraverso un lavoro in rete in grado di coinvolgere il mondo imprenditoriale".

**Come deve evolversi il rapporto tra Camera e imprese?**

"Grazie alle associazioni di categoria, che rappresentano un fondamentale punto di raccordo, e verso cui va indirizzata l'azione, la Camera è l'istituzione più vicina agli imprenditori e alle loro esigenze. Dobbiamo pensare in termini di intersettorialità,

superando le appartenenze a favore del complesso economico locale. In questo senso, il Consiglio camerale può diventare ancor più un "parlamento" delle imprese. Il ruolo della Camera di commercio risulterà cruciale in un contesto di crisi e di cambiamento come quello che stiamo affrontando. Sono convinto che la capacità di riunire e sintetizzare le istanze economiche settoriali in nome di una visione complessiva e condivisa di sviluppo dell'economia sarà la chiave per dare la risposta più efficace ai bisogni delle imprese. La Camera è all'altezza del suo tempo e delle sfide che l'aspettano nei prossimi cinque anni" ■

## LA SCHEDA



### Chi è Andrea Zanlari

**P**residente di Unioncamere Emilia-Romagna dal 2003, membro del Comitato esecutivo di Unioncamere Italiana, Zanlari dal 2000 è anche vicepresidente di Borsa Merci telematica italiana spa e dal 1999 presidente di Indis, struttura di Unioncamere per lo studio e la promozione del settore distributivo-commerciale e dei servizi. È inoltre impegnato come imprenditore nella meccanica in Spagna e in Canada. È professore a contratto in Storia e cultura dell'alimentazione alla facoltà di Agraria dell'università di Parma ■



## LA STRATEGIA

Da Camera e Provincia risorse per complessivi 2 milioni di euro

### "Maxifondo" anticrisi Per le imprese una sponda sicura

**T**re milioni e 650 mila euro: è la cifra stanziata dalla Camera di commercio di Parma per gli interventi economici nel bilancio 2009. La parte del leone, va alla voce "accesso al credito". Si tratta di 1 milione e 300mila euro a cui va aggiunta la costituzione del fondo di controgaranzia che servirà per cinque anni a coprire le insolvenze dell'intervento straordinario anticrisi a sostegno della liquidità aziendale. Per far fronte alla crisi, è stato istituito un maxifondo di 2 milioni di euro complessivi, di cui 1,5 finanziati da Camera di Commercio e 500mila dalla Provincia, per sostenere le Pmi in difficoltà con problemi di liquidità nell'accesso al credito. Divenuto operativo a inizio febbraio, è gestito attraverso le cooperative di garanzia fidi, il maxifondo ha risposto a un bisogno reale del territorio ed è stato ulteriormente supportato attraverso una convenzione con quattro istituti di credito.

Per agevolare l'accesso al credito delle imprese di piazza Ghiaia costrette a dover fronteggiare le conseguenze del cantiere per i lavori sulla stessa piazza, è stato anche istituito un fondo di garanzia di 195mila euro, sulla base di una convenzione tra Camera di commercio, Comune, Cooperativa di Garanzia Commercianti e Cofiter Emilia-Romagna.

Il sostegno economico alle imprese non si ferma qui. Sono stati individuati 670mila euro di contributi diretti a imprese per la realizzazione di iniziative o interventi con la partecipazione a fiere, la realizzazione di azioni promozionali sui mercati esteri e le certificazioni di qualità. Oltre 700mila euro sono stati dedicati a incrementare le politiche di internazionalizzazione delle imprese ■

di Giuseppe Sangiorgi

Buon riscontro nel capoluogo dell'Assia. Forte la promozione anche sul mercato francese

# I sapori "Made in Parma" conquistano Francoforte

“ I Principi di Parma” fanno centro a Francoforte. La promozione di quattro prodotti tipici eccellenti – Parmigiano Reggiano, Prosciutto di Parma, Culatello di Zibello e Coppa di Parma – curata dal consorzio Parma Alimentare ha avuto un buon riscontro nel capoluogo dell'Assia, una delle città più rappresentative della Germania dal punto di vista del mercato, delle relazioni istituzionali e del flusso turistico tedesco verso l'Italia. L'iniziativa è nata per far meglio conoscere queste quattro eccellenze a operatori del settore, buyer, chef e consumatori finali. Diversi i momenti in cui è stata articolata: prima una presentazione allo Stadel Museum con oltre 100 invitati

Protagonista è l'intero territorio, con grandi sinergie tra enogastronomia e turismo

(importatori, distributori, rappresentanti del mondo enogastronomico tedesco) e un seminario di formazione sulle quattro eccellenze. Visto che l'enogastronomia va a braccetto con il turismo, in quella occasione, il tour operator Parma Incoming ha presentato il territorio agli operatori tedeschi del settore. La degustazione dei prodotti è stata curata dagli chef Alberto Rossetti (“Al Tramezzo” di Parma) e Enrico Bergonzi (“Al vedel” di Colorno) che hanno formato poi attraverso stage

sull'uso e abbinamento dei prodotti in cucina, i colleghi di otto ristoranti, dove per due settimane i clienti hanno potuto gustare ricette a base dei “Principi di Parma”. Nei locali e luoghi di aggregazione del centro cittadino, sono stati inoltre distribuiti 6mila depliant contenenti le schede dei prodotti, ricette, presentazione del territorio parmense e un questionario di gradimento sui prodotti e l'iniziativa che ha offerto a tre coppie di clienti l'opportunità di vincere un week-end a Parma. La



## L'ANALISI

Massimo Gelati, esperto di commercio e logistica dei prodotti alimentari

### “La nicchia deve allargarsi”

L'export complessivo del made in Parma agroalimentare ha segnato un + 15,7% nel 2008 sull'anno precedente e, manifesta una sostanziale tenuta, con un calo limitato solo all'1% nei primi sei mesi del 2009. La “food valley” è decisamente ancora un fattore di attrazione all'estero e, come in generale il comparto alimentare italiano, tradizionalmente “aciclico”, ha risentito meno della pesante crisi ancora in atto, con volumi ancora stabili. Questo però non basta: vanno messe campo strategie adeguate per sfruttare l'uscita dalla crisi come opportunità di sviluppo. Lavorare oggi per domani insomma, come suggerisce l'ingegner Massimo Gelati, presidente del Gruppo Gelati, consulente di dire-

zione ed esperto nella commercializzazione e logistica dei prodotti alimentari. “Per i prodotti di nicchia, come sono le eccellenze alimentari dell'Emilia-Romagna – spiega Gelati – è necessario cercare di allargare il mercato. Le piccole aziende realizzano prodotti di altissima qualità che però non arrivano a sufficienza a comunicare. Va tenuto conto che la Gdo moderna sta privilegiando sempre più la scelta di mettere sugli scaffali della rete di vendita prodotti locali che sanno anche evocare la terra di origine. Quindi i prodotti italiani e in particolare quelli emiliano-romagnoli hanno una grande occasione”. Per proporsi meglio e di più sui mercati internazionali, le aziende alimentari italiane devo-

no “scegliere la strada dell'aggregazione – aggiunge Gelati – riunendo le forze anche nelle manifestazioni fieristiche”. Non solo. Con il cambio dei consumi e nuovi format ed abitudini alimentari, “i prodotti devono presentare sempre più un alto contenuto di servizio – ricorda Gelati – e per questo è sempre più importante investire in ricerca e sviluppo per prodotti e packaging innovativi, alla ricerca di maggiore durabilità e freschezza. L'aspetto della sicurezza alimentare è infatti fondamentale e la Gdo considera imprescindibili le verifiche e gli audit condotti da organismi ispettivi indipendenti sulla base di standard tecnici internazionali di riferimento” ■

## *Principi di Parma*

Germania è uno sbocco fondamentale per l'export parmense, che nel 2008 è cresciuto dell'8,1%. Così il Consorzio Parma Alimentare si è presentato ancora una volta all'Anuga Fine Food, prima passerella mondiale del settore con una collettiva di 12 aziende oltre al Consorzio Vini dei Colli di Parma.

Dalla Germania a un altro mercato tradizionalmente forte per la food valley, la Francia, dove per quasi due mesi i prodotti alimentari parmigiani sono stati distribuiti in un network di 276 punti vendita in autostrade, stazioni ferroviarie, aeroporti e centri commerciali, compresa la food-court del museo del Louvre, serviti dalla rete Autogrill. "Ambasciatori del gusto italiano" quali Prosciutto di Parma, Parmigiano Reggiano, Salame Felino, Coppa di Parma, e pasta tipica (disponibile nei self service) come tortelli di erbetta e ricotta, fagottini al prosciutto, hanno letteralmente "stregato" i consumatori d'Oltralpe. Sono state vendute infatti quasi otto tonnellate di prodotti: un bel successo per la partnership siglata tra Autogrill France, Camera di commercio di Parma, Camera di commercio italiana per la Francia che ha sede a Marsiglia, i consorzi del Parmigiano Reggiano e del Prosciutto di Parma, con la collaborazione operativa di Parma Alimentare. Anche in questo caso, un concorso a premi consentirà ad alcuni consumatori francesi di visitare e conoscere il territorio di origine delle prelibatezze così apprezzate ■



## LA STRATEGIA

Non solo buona tavola, ma anche sicurezza e tecnologia alla base dell'eccellenza parmense nell'agroalimentare

## Cibus Tec compie settant'anni

**È** una terra dove bontà del cibo e qualità della vita sono da secoli inscindibilmente legati, ma non è questo il solo segreto dell'eccellenza di Parma nel settore agroalimentare, che ne fa un caso unico al mondo. Le prelibatezze che nascono qui sono il risultato anche della tecnologia che è dietro alla filiera produttiva. Oggi l'industria alimentare è sempre più informatizzata e, dalla produzione al packaging, dal confezionamento ha un ruolo centrale. Una conferma si è avuta nella edizione numero 70 di Cibus Tec, la rassegna internazionale sulla meccanica alimentare andata in scena a fine ottobre alle Fiere di Parma.

"Questo evento è il top dell'impiantistica alimentare - ha detto Giandomenico Auricchio, presidente di Federalimentare - se gli imprenditori italiani firmano i migliori prodotti in assoluto è perché alla qualità viene affiancato anche un alto grado di sicurezza".

Seicentocinquanta espositori, provenienti da 21 Paesi, dislocati su 50mila metri quadrati, oltre 35mila visitatori, 250 delegati esteri da 34 nazioni (tra cui il

"Paese focus", Turchia), che hanno potuto visitare la fiera articolata in tre macroaree: Tecnoconserva (dedicata alle conserve animali, vegetali e ittiche), Milc (puntata sul settore lattiero caseario) e Multitecno (per i macchinari diversi, dal packaging alla pulizia dei cibi) collegate a giornate dedicate prima al latte (milk day) con in vetrina le recenti evoluzioni nella lavorazione del prodotto bianco; poi al pomodoro da industria (Tomato Day), e infine alla carne (Meat Day): con queste credenziali Cibus Tec si è confermata da record, e soprattutto ha fatto intravedere parziali segnali di fiducia perché si stanno aprendo nuovi spazi nei mercati emergenti, e il settore ha sostanzialmente tenuto (calo produttivo previsto nel 2009 intorno al 3%), nonostante una diminuzione a doppia cifra dell'export per effetto della crisi mondiale, più marcata per le macchine per il packaging alimentare.

Soprattutto, Cibus Tec si è confermata una tappa di avvicinamento al grande appuntamento di Cibus 2010, vetrina straordinaria dell'agroalimentare italiano. "Parma è la capitale del food - ha detto il presidente di Fiere Parma, Franco Boni - sarebbero da evitare duplicazioni o sovrapposizioni con altri eventi dedicati all'agroalimentare. Con Milano sarebbe opportuna una collaborazione sinergica in vista dell'Expo 2015. Intanto l'accordo con Federalimentare ferma Cibus qui fino al 2016. Le prenotazioni per il 2010 fanno ben sperare e siamo pronti".

Nel 2010 i visitatori di Cibus troveranno un quartiere fieristico rinnovato, con un nuovo padiglione-ingresso da 7.500 mq, mentre per l'estate del 2011 saranno terminate le opere d'ammmodernamento e il condizionamento di tutti i padiglioni esistenti, un impianto di generazione fotovoltaica che coprirà circa 20mila mq e l'ampliamento delle aree esterne di parcheggio ■

## IL PROGETTO

### Una sfida per realizzare il "cervello" e la struttura **Efsa, posata la prima pietra**

**A** Parma, l'Efsa, l'Autorità europea per la Sicurezza alimentare è stata assegnata nel 2003. Ora è arrivato il tempo di un consolidamento. Il 17 ottobre si è svolta la cerimonia di posa della prima pietra della nuova sede che ha portato nella città ducale Androula Vassiliou, Commissaria europea per la salute dei consumatori. Una sfida, innanzitutto per i tempi: 20 mesi per realizzare il "cervello" dell'Efsa dove, guidati da Catherine Geslain Laneelle, lavorano 400 persone con intorno 1.500 consulenti scientifici. Un super team capace di dare 1.500 pareri su questioni legate alla sicurezza alimentare. Sono Unieco di Reggio Emilia e Mingori Costruzioni di Parma a dover mettere in campo le proprie forze migliori per l'obiettivo. La nuova sede dell'Efsa è l'opera più importante che viene realizzata a Parma da oltre vent'anni. L'edificio, che crescerà su un'area di 22mila mq, si svilupperà su dieci piani (oltre il piano terra) più due livelli interrati e sarà a basso impatto ambientale ■



di Gaia Torzini

Con l'accordo Chrysler Fiat si aprono grandi prospettive per la subfornitura regionale

# Il Made in Italy corre sulle quattro ruote



**P**er una volta l'orgoglio nazionale è d'obbligo. L'accordo tra Chrysler e Fiat, raggiunto nel maggio scorso, ha riportato l'Italia al centro dell'attenzione mondiale, aprendo prospettive inimmaginabili per la nostra industria automobilistica.

“È un momento storico per il gruppo

Fiat e per l'industria italiana – ha affermato subito dopo l'accordo l'amministratore delegato di Fiat, Sergio Marchionne – l'alleanza permetterà di mettere insieme la tecnologia Fiat, le sue piattaforme e i suoi propulsori, nonché la sua vasta rete di distribuzione, con il

patrimonio della Chrysler, che ha una forte presenza in Nord America e lavoratori pieni di talento e ingegno”.

E l'auspicio sta presto divenendo realtà. Mentre il gruppo di manager di Marchionne sta lavorando alla definizione del piano di risanamento e rilancio della Chrysler, prendono pian piano forma nuove ipotesi sulla costruzione di utilitarie italiane al di là dell'Atlantico.

A giugno, la nuova Fiat 500 è sbarcata oltreoceano, divenendo addirittura il simbolo dell'identità italiana per la Festa della Repubblica, quando il Console generale d'Italia a New York, Francesco Maria Talò, si è presentato alla cerimonia della ricorrenza arrivando a bordo della nuova versione della “mitica Cinquecento”. E anche se, per il momento, sembra che la produzione della Fiat 500 venga spostata dagli Stati Uniti al Messico, a Toluca, per ragioni commerciali, non è stata invece abbandonata l'opzione della costruzione di una vettura italiana di piccole dimensioni sul territorio a stelle e strisce,

dato che si sta facendo strada l'ipotesi di una “Panda Made in Usa”, che tanto piacerebbe sia al governo americano sia a quello italiano.

Così, tra i “se” e i “ma” delle mosse del Lingotto oltreoceano, l'unica certezza resta quella di un'apertura a 360 gradi delle prospettive di Fiat negli Stati Uniti e sull'intera scena internazionale. Un'apertura che si ripercuote inevitabilmente sull'intera filiera italiana dell'auto, costituita da migliaia di aziende di grandi, medie e piccole dimensioni che gravitano o sono comunque connesse al marchio torinese.

In Emilia-Romagna, dove il numero di ditte è di 267, l'esempio più significativo è indubbiamente quello di Landi Renzo, il cui quartier generale è a Cavriago, Reggio Emilia. Fondata nel '54 dai coniugi Renzo e Giovannina, il gruppo, guidato adesso dal figlio Stefano, è leader mondiale nel settore dei componenti e dei sistemi di alimentazione alternativi a Gpl e metano per autotrazione.

Dall'inizio di quest'anno l'azienda è stata scelta da Fiat come fornitore dei sistemi Gpl, permettendo alla Landi Renzo di puntare sempre più in alto. “La scelta di Fiat e la sua apertura al mercato statunitense – ha più volte affermato Stefano Landi – fa ben sperare per il futuro dell'azienda perché ci auguriamo di aprirci a un mercato enorme e di acquisire nuovi clienti”.

Di sicuro, finora, la produzione è schizzata alle stelle. “La nostra collaborazione con Fiat – spiega l'amministratore delegato Claudio Carnevale – ha rivoluzionato il nostro modo di lavorare: se prima producevamo circa 70-80 installazioni su veicoli al giorno, adesso siamo passati a oltre un migliaio al giorno”. Una crescita esponenziale che ha costretto azienda e lavoratori a stare al passo con nuovi tempi e nuove esigenze. Basti

pensare che la sfida Fiat-Landi Renzo ha finora portato alla creazione di oltre mille posti di lavoro. “Purtroppo – precisa Carnevale – questi nuovi posti di lavoro non riguardano tanto l'Emilia-Romagna quanto le aree vicine agli stabilimenti Fiat in cui abbiamo dovuto decentrare il lavoro, dal Piemonte alla Polonia”. Si tratta comunque di un segnale importante, da leggere in positivo, in un momento in cui la crisi economica e il calo delle immatricolazioni si sono fatte pesantemente sentire in Italia e nel mondo. “La crisi ha avuto ripercussioni su ogni azienda, ma negli ultimi mesi siamo felici di aver notato dei piccoli segnali di ripresa”, prosegue l'ad, chiarendo che “se da un lato la recessione fa soffrire il business dell'intera filiera auto, dall'altro si nota un maggiore interesse verso soluzioni ecologiche e alternative, il cui fatturato sta pian piano andando in una direzione positiva”.

La strada è lunga, ma i traguardi per



In prima linea la Landi Renzo di Reggio Emilia. Che ora punta all'idrogeno

Al centro la sede della Landi

lo meno sono chiari. Entro il 2010 Fiat ha infatti intenzione di ampliare il portafoglio veicoli con sistemi Gpl e metano Landi Renzo, di cui già detiene il 30% sul sistema italiano, aumentando quindi il numero delle vetture realizzate con questi tipi di alimentazione. E c'è di più. Dal 2007 l'azienda emiliana, in collaborazione con General Motors, sta studiando come poter mettere a punto un'auto a idrogeno. "L'idrogeno è la naturale evoluzione del metano – spiega Carnevale – e nei nostri centri di ricerca stiamo valutando in parallelo due tipi di sistemi". Uno è rappresentato dalla modifica del motore termico tradizionale, mentre l'altro è il cosiddetto sistema "fuel cell", che ha molte similitudini con il gas metano e prevede un motore elettrico alimentato da "pile a idrogeno". "Sulla base dei risultati delle nostre ricerche – conclude Carnevale – sceglieremo il sistema migliore da installare sulla futura auto a idrogeno. La nostra speranza, tenendo conto della crisi che ha inevitabilmente rallentato lavori e scadenza, è di riuscire a mettere sul mercato questo nuovo sistema ecologico entro il 2013". Un sogno per la Landi Renzo, ma anche per il sistema auto italiano, che solo riuscendo a porsi sfide importanti potrà davvero sperare di trasformare l'attuale crisi economica in nuove opportunità di business ■



## LA STRATEGIA

# Il capofila tira, la filiera resiste

Cogliere per tempo le spinte innovative  
Questa la mossa vincente della casa torinese

**P**er il settore dell'auto, il 2008 e il 2009 sono stati anni difficili. Nel mondo si sono perse 3,6 milioni di immatricolazioni di veicoli passeggeri e commerciali leggeri e 3 milioni di autoveicoli prodotti. Nel 2009, le stime parlano di un calo mondiale del 14%.

La crisi si è senza dubbio fatta sentire anche in Italia: nel 2008 si è registrato un calo delle immatricolazioni del 13%, seguito da un 2009 meno critico a causa degli effetti degli incentivi varati dal governo: da marzo a maggio, secondo le ultime stime, la flessione è stata del 5%. Questi dati, inevitabilmente, hanno avuto ripercussioni pesanti sul fatturato di tutta la filiera italiana: se a marzo del 2009 infatti il fatturato complessivo ha registrato un calo tendenziale del 15%, i fornitori di componenti hanno visto diminuire le loro commissioni fino a un calo tendenziale del 17,5%.

Fortunatamente Fiat, capofila indiscussa della filiera nazionale, ha subito interpretato la criticità del momento come opportunità, muovendosi prima della concorrenza con acquisizioni e la ricerca di partner commerciali. Nel 2009 il marchio Fiat è diventato il terzo per vendite in Germania, primeggia in Brasile con oltre il 25% del mercato ed è tornato a conquistare il 10% della fetta del mercato auto europeo.

E quando il capofila della filiera aumenta la taglia e il raggio di azione, i benefici per il resto del cluster di solito seguono a ruota. In particolare, l'u-

tilizzo e lo studio di tecnologie pulite rappresentano una sfida e un'occasione di rilancio per il settore auto italiano che, mettendo a punto vetture "pulite", spera di poter conquistare nuovi clienti e una fetta di mercato in espansione. In base all'ultima indagine della Camera di commercio di Torino ("Osservatorio della componentistica auto veicolare italiana 2009"), realizzata in collaborazione con Anfia (Associazione nazionale filiera industria automobilistica), risulta che le esigenze più pressanti per le aziende italiane, in questo momento di crisi congiunturale, riguardano la facilità di ottenere finanziamenti a breve termine: il 70% del campione (costituito da 882 imprese) ha sottolineato come maggiore criticità i tempi incerti per l'incasso delle fatture, seguita dalle difficoltà di accedere al credito e alle garanzie per le imprese in condizioni economiche difficili.

In Italia, il Piemonte, grazie alla sede Fiat, si conferma "regione dell'auto" per numero di imprese e per fatturato (1.021 ditte con sede legale piemontese), seguito da Lombardia (509) ed Emilia-Romagna (267).

Questi dati dimostrano come il settore dell'auto rivesta un ruolo di prim'ordine in Emilia-Romagna e quanto sia quindi importante per le ditte regionali saper cogliere e sfruttare le spinte innovative e le opportunità che l'apertura del gruppo Fiat all'estero e lo studio di tecnologie "pulite" potranno rappresentare nel corso dei prossimi anni ■



di Alberto Anderlini

In vetrina il meglio dell'elettronica, della meccanica avanzata e dei materiali all'avanguardia

# Motor Sport Expotech L'innovazione in pista

**A**ppassionati e professionisti del settore si sono incontrati il 14 e 15 ottobre a ModenaFiere per la seconda edizione di "Motorsport ExpoTech", la mostra convegno internazionale dedicata a 360 gradi al mondo del motorismo da competizione. Una panoramica di due giorni sul meglio dell'innovazione, della tecnologia e della progettazione con la presenza di nomi importanti come Ferrari Auto, Fiat PowerTrain Technologies, Lamborghini, Pagani, Lotus e molti espositori provenienti oltre che dall'Europa, da Stati Uniti, Russia e Dubai.

na e Reggio Emilia, per la due giorni modenese è stato steso un calendario di incontri dedicati all'elettronica, alla meccanica avanzata e ai processi metallurgici, con una particolare attenzione ai materiali innovativi. Proprio per questo motivo si sono avviate partnership strategiche con Intermech – la rete di laboratori per la meccanica avanzata – e con Democenter-Sipe, centro di Innovazione e Trasferimento Tecnologico. Sono otto i convegni che hanno esplorato le nuove frontiere dell'innovazione motoristica, da "Motori e veicoli ad alte prestazioni: una sfida per la ricerca e l'innovazione", che ha aperto l'edizione 2009 di Motorsport Expotech (incontro tra il mondo delle aziende e quello universitario), fino a "L'impiego di adesivi strutturali e sistemi di bloccaggio nella progettazione meccanica" (presentazione al pubblico di metodi di progettazione di giunzioni incollate e

strumenti per la progettazione assistita), passando, tra gli altri, per il convegno "Linee di ricerca del laboratorio regionale Intermech sulla meccanica avanzata e l'automotive". Non solo seminari, ma all'interno della manifestazione ha trovato spazio anche Compositi Expo-Congress, mostra dedicata all'industria dei materiali compositi, a cura dell'Associazione Octima, articolata in tre sessioni: settore nautico, aeronautico e automotive. Con una serie di relazioni dedicate ai materiali avanzati e innovativi, ai composti a varie matrici e ai relativi processi e tecnologie di produzione: dai polimeri di nuova generazione ai nuovi adesivi strutturali – formulati in modo da risolvere diverse problematiche di giunzione e saldatura dei vari tipi di metalli – dalle fibre ibride alle nanostrutture, per tessuti di rinforzo in grado di garantire maggiore resistenza.

Proposte a tutto campo: dai "super motori" fino alla city car a emissioni zero

Con la supervisione del coordinatore scientifico Assomotoracing e in collaborazione con la facoltà di Ingegneria dell'università di Mode-

## LA STORIA

### Si chiude l'XI edizione del World Forum for Motor Museum **Le radici della Motor Valley**

**L**a Regione Emilia-Romagna in collaborazione con la Fondazione Casa Natale Enzo Ferrari di Modena, e APT Servizi, ha ospitato per cinque giornate, l'undicesima edizione del World Forum for Motor Museums, la convention internazionale dei musei a due e quattro ruote.

Al fine di far conoscere e apprezzare sempre meglio la Motor Valley attraverso tutti i suoi marchi più prestigiosi, il Forum è stato, per la prima volta, itinerante, toccando le sedi di Ferrari, Lamborghini e Ducati, con i loro musei aziendali, Maserati e la collezione Righini – custodita all'interno del castello di Panzano a Castelfranco Emilia – il Museo dell'auto e moto d'epoca Umberto Panini e il Museo dell'Auto Storica Stanguellini (entrambi a

Modena), la collezione Ferrari Maranello Rosso a San Marino, l'Auditorium Enzo Ferrari e la Camera di commercio di Modena.

Le tematiche affrontate nel corso del convegno 2009 hanno spaziato dal marketing alla promozione museale, dalle nuove tecniche espositive per musei dinamici e interattivi alla ricaduta del network museale in chiave di marketing territoriale.

A corredo del Forum si sono tenute la serata "Due Ruote", al Baluardo della Cittadella a Modena con centauri di ieri e di oggi e il giorno successivo, nella splendida cornice del Castello di Panzano, a Castelfranco Emilia (in provincia di Modena), si sono potute ammirare le auto più prestigiose della produzione emiliano-romagnola. ■





Tra le tante proposte esposte si sono potute ammirare la vettura Indycar di Dallara, azienda automobilistica parmense, la MotoGP della Ducati Corse, la Db7 OroNero di Bimota, unica moto al mondo omologata a uso stradale interamente realizzata in carbonio e le monoposto da competizione di Gloria ed Evo Corse. E ancora tra gli espositori è spiccata la Evotek Engineering che ha presentato in anteprima l'Advantage Motors System, un kit di conversione che permette di trasformare un'auto con motore endotermico in auto elettrica. L'azienda di Maranello nei mesi scorsi ha messo a punto il kit Evotek Electric che consente di trasformare una qualunque Smart in city car in grado di viaggiare a emissioni zero. Punta sull'ecosostenibilità anche "Escorpio 09", il prototipo di auto a idrogeno realizzato dagli studenti dell'Itis Leonardo da Vinci di Carpi, in grado di percorrere circa duemila chilometri per ogni litro di benzina, mentre Benelli ha esposto nel suo stand telai, gusci e scocche in fibra di carbonio e lega d'alluminio realizzati con una tecnologia aeronautica in grado di escludere micromovimenti e vibrazioni. A vincere i premi "Casco per l'innovazione e la tecnologia" e "Casco per la storia e la tradizione", messi



in palio dalla Conti editore (Autosprint e Motosprint), sono state la Modelleria Cpc di Modena nel primo caso e Dallara di Parma nell'altro. I premi sono realizzati in materiali innovativi come titanio e fibra di carbonio.

"La Camera di commercio di Modena - commenta il presidente Maurizio Torreggiani - è promotrice e sostenitrice, fin dalla prima edizione, della fiera Motorsport ExpoTech, evento ritenuto strategico per la promozione del territorio e dell'imprenditoria modenese in generale. Siamo

fermamente convinti della assoluta validità e originalità di questo progetto, di cui l'ente camerale ha anche acquisito recentemente il marchio da ModenaFiere: un evento fortemente specializzato e ad altissimo livello, riservato agli operatori professionali, in un settore, quello delle tecnologie per il motorismo sportivo, che è per certi versi la "punta di diamante" del tessuto economico modenese. Lo testimonia il fatto che quando all'estero si parla di Modena, la nostra città viene quasi sempre identificata con Pavarotti e i motori".

"Un attestato di riconoscimento di questa nostra fama - ha aggiunto Torreggiani - è venuto anche dal recente evento internazionale 'World Forum for Motor Museum'. I rappresentanti dei musei dei motori di tutto il mondo hanno scelto proprio la Motor Valley emiliana per ambientare la loro undicesima convention e per poterne visitare i mitici luoghi simbolo, dalle fabbriche ai musei" ■

Sotto,  
Angelo Andrisano,  
coordinatore  
della rete  
Intermech

## IL CASO

### Ecco le novità presentate dalla rete Intermech Nasce a Modena l'auto del futuro

Nell'ambito degli appuntamenti previsti da "Motorsport Expotech" per trattare temi che spaziano dai motori ai materiali innovativi, dalla meccanica avanzata all'aerodinamica si inserisce il convegno "Linee di ricerca del laboratorio regionale Intermech sulla meccanica avanzata e l'automotive", organizzato in collaborazione con la facoltà di Ingegneria di Modena.

Nel corso dell'incontro, moderato da Angelo Andrisano, coordinatore della rete Intermech, sono stati presentati diversi progetti sviluppati dalla rete dei laboratori per la meccanica avanzata. Dalla procedura per misurare il moto valvola effettivo su motori ad alte prestazioni al simulatore veicolare Mectron che oltre a valutare lo stato di stress alla guida, adotta il sistema steer-by-wire, con lo sterzo "scollegato" dalle ruote. E ancora dai software e banchi prova per migliorare le performance di durata e rumorosità nelle trasmissioni a ingranaggi, ai rivestimenti superficiali per

ottimizzare le prestazioni dei materiali ferrosi, in modo da ridurre l'usura abrasiva ed il coefficiente d'attrito negli accoppiamenti lubrificati (pistone-cilindro, spinotto-biella).

La rete dei laboratori per la meccanica avanzata Intermech riunisce quattro laboratori che mettono a loro volta al lavoro diversi centri universitari: Lav a Ferrara (Laboratorio metodi di acustica e vibrazione), Mectron a Reggio Emilia (Laboratorio di mecatronica), Simech (Laboratorio di simulazione e progettazione integrata) e Sup&rman (Laboratorio superfici e ricoprimenti per la meccanica avanzata e la nano meccanica) a Modena e due centri che garantiscono il trasferimento alle imprese delle competenze e delle tecnologie presenti nei laboratori, Democenter-Sipe, attraverso il proprio centro specializzato Cittamec, e Reggio Emilia Innovazione ■



Pubb



CARISBO



## CONGIUNTURA IN EMILIA-ROMAGNA

2° trimestre 2009

### SEGNALI DI "DISGELO" DOPO UN ANNO DIFFICILE

**Unioncamere Emilia-Romagna:**  
"L'anno si chiude con una forte flessione, mentre il 2010 segnerà un'inversione di tendenza seppur minima rispetto ad un terribile 2009. Servirà però tempo per tornare sui livelli del 2007 in valori assoluti."

**Il calo del commercio con l'estero e degli investimenti in macchinari ed attrezzature alla base della diminuzione del prodotto interno lordo"**

**Carisbo:** "Bisogna guardare lontano. Nell'erogare credito alle imprese dovremo contemperare il rischio di credito con il rischio di mercato: è la via maestra per continuare a sostenere il sistema produttivo in vista della futura ripresa."

**Confindustria Emilia-Romagna:**  
"Segnali di minor pessimismo nelle attese delle imprese per la fine 2009, ma gli effetti concreti sull'economia sono ancora scarsi. Tempi lunghi per uscire dalla "gelata" e recuperare i livelli produttivi pre-crisi. Occorrono uno sforzo straordinario e interventi mirati ad agganciare la ripresa"

Filippo Cavazzuti  
Anna Maria Artoni  
e Ugo Girardi

Il segno meno continua a caratterizzare tutti gli indicatori economici dell'Emilia-Romagna, avviata ad un finale d'anno ancora in salita. Nel secondo trimestre del 2009 è proseguita la decelerazione produttiva, a conferma del momento decisamente negativo che si collega ad una crisi internazionale che continua a mordere.

La **produzione** manifatturiera dell'Emilia-Romagna è diminuita in volume del 16,3 per cento rispetto al secondo trimestre del 2008, ampliando il calo pari al 14,9 per cento già riscontrato nei primi tre mesi del 2009. Lo stesso è accaduto per il **fatturato** che pure è diminuito del 18 per cento, traducendo solo in minima parte il calo (attorno all'1,5 per cento) dei prezzi praticati alla clientela, chiaro indice delle difficoltà, con le imprese costrette a comprimere i profitti pur di restare competitive. Sulla stessa linea gli **ordinativi**, in calo del 16,2 per cento ed in peggioramento rispetto ai primi tre mesi del 2009 (-15,4 per cento). Sono queste alcune indicazioni che emergono dall'indagine congiunturale relativa al secondo trimestre 2009 sull'industria manifatturiera, realizzata in collaborazione tra **Unioncamere Emilia-Romagna, Confindustria Emilia-Romagna e Carisbo.**

Il forte ridimensionamento produttivo ha coinvolto tutte le classi dimensionali, con analoga situazione in ambito settoriale. La metalmeccanica ha risentito mag-

giormente, con una flessione del 19,3 per cento del fatturato e del 15,7 per cento della produzione. Solo il comparto alimentare – che è a-ciclico e quindi risente meno della fase congiunturale – ha sostanzialmente "tenuto", con una produzione scesa tendenzialmente dell'1,6 per cento.

Rispetto al totale nazionale il dato dell'Emilia-Romagna è – seppur di poco – più negativo, andamento giustificato dalla maggior esposizione ai mercati esteri.

Ogni dimensione d'impresa e la maggioranza dei settori hanno concorso quindi alla diminuzione complessiva dell'export, pure in sofferenza dopo essere stato a lungo il vero punto di forza dell'economia regionale: le esportazioni sono risultate infatti in calo del 9 per cento rispetto allo stesso

periodo del 2008. La flessione complessiva (in un arco compreso fra il -4,9 per cento di "legno e mobili" e il -11,7 per cento di "meccanica, elettricità e mezzi di trasporto") ha avuto l'unica eccezione delle industrie alimentari, il cui export è salito, sia pure moderatamente (+1,0 per cento).

L'ultimo scorcio del 2009 e l'inizio del 2010 si prospettano in salita soprattutto sul fronte dell'**occupazione**. L'entità della crisi emerge infatti soprattutto dal dato della **Cassa integrazione guadagni**. Nei primi nove mesi dell'anno quella **ordinaria** di matrice anticongiunturale è aumentata dell'820 per cento, quella **straordinaria** (la cui concessione è subordinata agli stati di crisi oppure a ristrutturazioni) del 186 per cento.





“Nonostante i primi segnali di miglioramento, la ripresa dell'economia mondiale sarà lenta. Una ripresa tipo “diesel” è prevista soprattutto in Italia, già fanalino di coda in Europa rispetto al ritmo di crescita negli anni precedenti alla crisi. Secondo le stime più recenti – sottolinea il Segretario generale di Unioncamere Emilia-Romagna **Ugo Girardi** – il Pil dell'Emilia-Romagna dovrebbe attestarsi alla fine del 2009 intorno al -4,5%, ritornando positivo nel 2010 (+1%). Il livello sarà più elevato rispetto al valore nazionale, stimato rispettivamente al -4,8% nel 2009 e al +0,5% nel 2010. Ma in valori assoluti per tornare sui livelli del 2007 serviranno nel nostro Paese parecchi anni. In Emilia-Romagna alla base della flessione si riscontra soprattutto il calo del commercio estero (-18,7% nel primo semestre) e degli investimenti (-12,1%).

Per ritrovare slancio – aggiunge Girardi – le imprese dovranno fare affidamento sul miglioramento della situazione economica internazionale, ma anche su azioni integrate delle Istituzioni per un recupero ulteriore di competitività. Finora il Patto per attraversare la crisi promosso dalla Regione ha consentito una sostanziale tenuta del mercato del lavoro, anche se in autunno i problemi si acuiranno: i motori dell'apparato produttivo sono rimasti accesi, contribuendo a tenere le imprese pronte per inserirsi nella fase di ripresa della congiuntura internazionale. A fare la differenza sarà l'intensità con la quale le imprese, con il supporto delle Istituzioni e del mondo del credito, riusciranno ad investire in nuovi mercati, innovazione e formazione del capitale umano”.

“Pur in presenza di una forte frenata del ciclo produttivo l'attività creditizia nel secondo trimestre del 2009 continua a tenere – dichiara **Filippo Cavazzuti**, Presidente di Carisbo – seppur in costante rallentamento soprattutto nei finanziamenti alle imprese che a luglio in Emilia-Romagna hanno registrato per la prima

volta il segno meno (-0,4% rispetto allo scorso anno), mentre i prestiti alle famiglie si mantengono positivi (+1,3%). Per parte nostra abbiamo continuato ad erogare credito senza porre in essere alcuna stretta, pur a fronte di un'evidente frenata nelle richieste di affidamento e ad un aumentato livello di rischio.”

“Bisogna guardare lontano e seguire le forze che guideranno le profonde trasformazioni del sistema economico italiano. – prosegue Cavazzuti – Nell'erogare credito alle imprese dovremo temperare il rischio di credito con il rischio di mercato: è questa la via maestra per continuare a sostenere il sistema produttivo in vista della futura ripresa. Per consentire alle aziende di affrontare le immediate criticità congiunturali abbiamo recentemente messo a disposizione ulteriori finanziamenti sul capitale circolante, strumenti per il rafforzamento patrimoniale e la possibilità di sospensione delle rate per un anno.”

“Per la fine del 2009 – afferma la Presidente di Confindustria Emilia-Romagna **Anna Maria Artoni** – emergono segnali di minor pessimismo nelle attese delle imprese, ma in generale si conferma un clima di forte cautela e incertezza. Ci vorranno

comunque tempi lunghi perché la ripresa possa manifestarsi e arrivare in modo diffuso alle imprese della regione, specie quelle di più piccole dimensioni”.

Mentre ad inizio d'anno – secondo la rilevazione previsionale semestrale di Confindustria regionale su 950 imprese, che integra l'indagine Unioncamere – era circa un imprenditore su 10 ad attendersi una crescita della produzione e degli ordini, per il secondo semestre 2009 è circa un imprenditore su 5 ad avere aspettative di crescita della produzione e degli ordini. Quasi un imprenditore su due (il 47,7% del totale) prevede stazionarietà nei livelli produttivi, mentre il 34% si aspetta una riduzione della produzione.

Andamenti non dissimili si hanno per le aspettative per il secondo semestre sugli ordini, totali ed esteri. Per quanto riguarda gli ordini totali, il 20,8% delle imprese ha aspettative di crescita, il 43% di stazionarietà e il 36% di diminuzione. Circa gli ordini esteri, il 19,4% si aspetta un aumento, il 51,3% una stazionarietà e il 29,3% una diminuzione. Per quanto riguarda le aspettative delle imprese rispetto alla dimensione, si osserva un leggero minor pes-

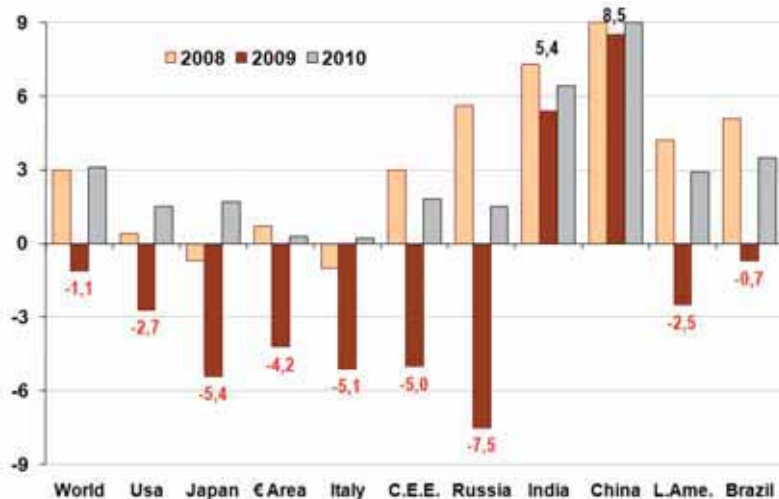
siimo al crescere della dimensione aziendale.

Emerge un forte impegno delle imprese a mantenere gli attuali livelli occupazionali: quasi tre imprenditori su quattro infatti prevedono che l'occupazione rimarrà stazionaria (il 5,4% prevede un aumento e il 22,0% una diminuzione). E' evidente che su questo fattore incideranno i tempi e l'intensità con cui si concretizzerà la ripresa.

“Occorre concentrare l'impegno di tutti – sottolinea la Presidente Artoni – sulle azioni nel breve periodo per uscire dalla “gelata” che ha vissuto l'economia regionale. Penso alle azioni in grado di accelerare la ripresa, in particolare il sostegno alla domanda, il rafforzamento degli investimenti nelle infrastrutture materiali ed immateriali, riattivando gli indispensabili flussi di credito alle imprese, anche grazie al potenziamento dei Confidi.

In questa fase sono necessarie politiche e interventi che rafforzino le imprese sul versante della capitalizzazione, dei processi di aggregazione, del sostegno agli investimenti specie in ricerca, innovazione ed internazionalizzazione nell'obiettivo di migliorare la capacità competitiva del sistema Emilia-Romagna”.

Quadro internazionale: tasso di variazione del prodotto interno lordo



Fonte: Imf, World Economic Outlook, October 2009



# CONGIUNTURA DELL'INDUSTRIA ARTIGIANATO E COSTRUZIONI

2° trimestre 2009

Il secondo trimestre del 2009 ha confermato il momento decisamente negativo emerso nei tre mesi precedenti.

La **produzione** dell'industria in senso stretto dell'Emilia-Romagna è diminuita in volume del 16,3 per cento rispetto al secondo trimestre del 2008, ampliando il già sensibile calo riscontrato nel trimestre precedente, pari al 14,9 per cento. L'andamento regionale si è calato in un contesto generale di analogo tenore. In Italia e nel Nord-est sono state rilevate flessioni rispettivamente pari al 16,0 e 16,1 per cento.

Il brusco ridimensionamento produttivo ha visto il concorso di tutte le classi dimensionali. Il calo

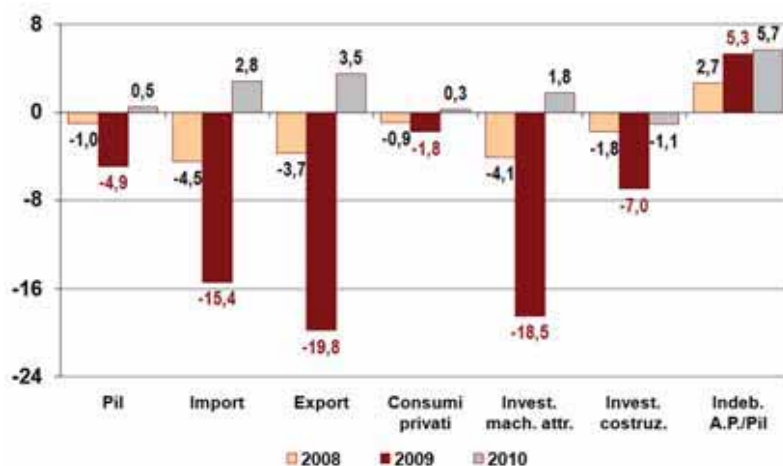
più accentuato, prossimo al 18 per cento, è stato nuovamente rilevato nelle imprese da 10 a 49 dipendenti, ripetendo nella sostanza quanto emerso nei primi tre mesi. Nelle piccole e grandi imprese la diminuzione è apparsa relativamente più contenuta, prossima al 16 per cento, ma anche in questo caso c'è stato un peggioramento della diminuzione registrata nel primo trimestre.

In ambito settoriale, è emersa una situazione analoga a quella osservata nelle classi dimensionali, nel senso che nessun settore è risultato esente da cali. L'unico che ha evidenziato una diminuzione sostanzialmente contenuta è stato quello alimentare, la cui pro-

duzione è scesa tendenzialmente dell'1,6 per cento, in contro tendenza rispetto al moderato trend espansivo dei dodici mesi precedenti (+0,5 per cento). Nei rimanenti settori, le flessioni sono state tutte a due cifre, in un arco compreso tra il -15,6 per cento delle "altre industrie" (il gruppo comprende, tra le altre, chimica e lavorazione minerali non metalliferi) e il -26,8 per cento delle industrie dei metalli. In tutti i casi si sono avuti andamenti peggiori rispetto alla già pesante situazione del primo trimestre. Un sensibile contributo al calo generale è venuto dal settore più consistente in termini di addetti, ovvero la meccanica, elettricità e mezzi di trasporto, che ha accusato una diminuzione del 15,7 per cento, leggermente superiore al calo del 15,2 per cento riscontrato nei primi tre mesi, oltre che in netta crescita rispetto al trend negativo del 4,5 per cento registrato nei dodici mesi precedenti.

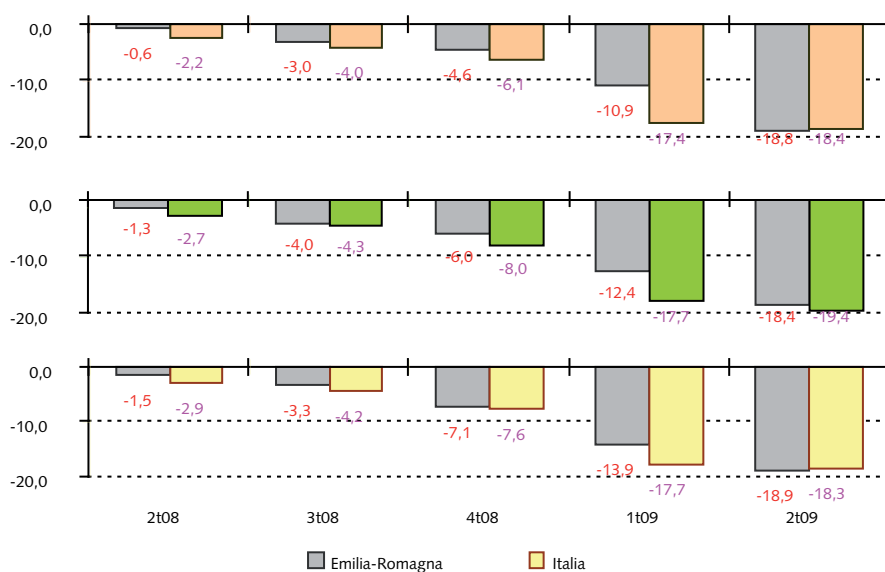
Il **fatturato** ha ricalcato quanto registrato per la produzione. Nel secondo trimestre è diminuito tendenzialmente in valore del 18,0 per cento, traducendo solo in minima parte il calo, attorno all'1,5 per cento, dei prezzi praticati alla clientela. La diminuzione tendenziale dei prezzi è anch'essa un sintomo delle difficoltà del momento, con le imprese costrette a comprimere i profitti, se non azzerarli, pur di restare competitive. Rispetto al trend dei dodici

Quadro nazionale: tasso di variazione delle variabili di conto economico e rapporto tra indebitamento della pubblica amministrazione e Pil.



Fonte: Prometeia, Rapporto di previsione, 16 ottobre 2009

## Manifattura: 2° trimestre 2009



Fonte: Unioncamere Emilia-Romagna, Area Studi Unioncamere, Indagine congiunturale sull'industria

mesi precedenti, c'è stato un forte peggioramento prossimo ai quattordici punti percentuali.

L'Emilia-Romagna ha inoltre evidenziato una situazione più negativa rispetto sia al Paese, che alla circoscrizione Nord-orientale, che hanno accusato rispettivamente flessioni del 14,1 e 14,9 per cento.

In ambito settoriale, c'è stato un generale peggioramento rispetto all'evoluzione del primo trimestre e al trend dei dodici mesi precedenti. L'unico settore che è riuscito relativamente a tenere è stato quello alimentare, che ha registrato una diminuzione tendenziale contenuta (-2,8 per cento), tuttavia di segno opposto al trend (+0,5 per cento). Negli altri comparti il ventaglio di flessioni è stato compreso tra il 28,7 per cento dell'industria dei metalli e il 13,6 per cento delle industrie della moda.

Sotto l'aspetto della classe dimensionale sono state le grandi imprese, da 50 a 500 dipendenti, ad accusare il calo tendenziale più accentuato (-18,9 per cento), determinato solo in minima parte dalla diminuzione di circa l'1 per cento dei prezzi praticati alla clientela. Nell'ambito delle piccole

imprese, da 1 a 9 dipendenti, è stata rilevata una flessione prossima al 18 per cento, decisamente più ampia rispetto al trend dei dodici mesi precedenti (-4,3 per cento). Un analogo andamento ha riguardato le imprese di media dimensione, da 10 a 49 dipendenti, che hanno visto scendere le vendite del 16,5 per cento, superando di dodici punti percentuali il trend negativo dei dodici mesi precedenti.

Ai forti cali di produzione e fatturato non poteva essere estranea la **domanda**, che è apparsa tendenzialmente in calo del 16,2 per cento. Come osservato per produzione e fatturato, anche gli ordinativi sono apparsi in peggioramento rispetto al trend (-5,9 per cento) e all'evoluzione dei primi tre mesi del 2009 (-15,4 per cento).

Il risultato peggiore, rappresentato da una flessione tendenziale del 27,1 per cento, ha riguardato nuovamente le industrie dei metalli, seguite da quelle meccaniche, elettriche e mezzi di trasporto, la cui diminuzione del 16,7 per cento si è distinta sensibilmente dall'andamento negativo dei dodici mesi precedenti (-5,5 per cento). Solo un settore

aciclico quale l'alimentare e bevande è riuscito a limitare le perdite (-1,5 per cento), a fronte della sostanziale stabilità rilevata nei dodici mesi precedenti (+0,1 per cento).

Per quanto concerne la dimensione d'impresa, è stata confermata la difficile situazione di quelle medie, da 10 a 49 dipendenti, che hanno accusato il calo tendenziale più elevato (-17,3 per cento), superiore di circa undici punti percentuali nei confronti del trend. Nelle altre dimensioni d'impresa la flessione della domanda è apparsa meno accentuata, ma non meno grave in quanto ha oscillato attorno al 16 per cento.

Le **imprese esportatrici** hanno inciso per il 32,3 per cento del totale, rispetto al 29,6 per cento nazionale e 40,0 per cento nord-orientale, in recupero rispetto al trend, prossimo al 25 per cento, dei dodici mesi precedenti.

In ambito settoriale, la maggiore propensione all'export è stata registrata nelle industrie meccaniche, elettriche e dei mezzi di trasporto, con una quota pari al 47,6 per cento. Quella più ridotta, pari al 17,2 per cento, ha riguardato i metalli. Nelle classi dimensionali si conferma la scarsa propensione al

commercio estero della piccola dimensione da 1 a 9 dipendenti, la cui quota si è attestata al 26,0 per cento, a fronte del 39,1 e 71,6 per cento rispettivamente della media e grande dimensione. La stessa gerarchia si riscontra nel Nord-est e nel Paese.

Riguardo al **l'incidenza dell'export** sul fatturato delle aziende esportatrici, emerge in Emilia-Romagna una percentuale del 37,0 per cento, inferiore di circa tre punti percentuali rispetto sia alla media nazionale che Nord-orientale. Rispetto all'andamento medio dei dodici mesi precedenti, c'è stato un peggioramento di circa cinque punti percentuali. Ancora una volta sono state le imprese esportatrici meccaniche, elettriche e dei mezzi di trasporto a realizzare la quota più elevata di fatturato sui mercati esteri (49,2 per cento).

L'andamento delle **esportazioni** è stato caratterizzato da un decremento tendenziale superiore al 9 per cento, che si è anch'esso distinto negativamente dal trend dei dodici mesi precedenti (-1,1 per cento). L'Emilia-Romagna ha evidenziato un andamento meno negativo rispetto a quanto rilevato nel Paese (-12,3 per cento), ma peggiore se rapportato al Nord-est (-2,6 per cento). La maggioranza dei settori ha contribuito alla flessione complessiva, in un arco compreso fra il -4,9 per cento di "Legno e mobili" e il -11,7 per cento di "Meccanica, elettricità e mezzi di trasporto". L'unica eccezione è venuta dalle industrie alimentari, il cui export è salito, sia pure moderatamente (+1,0 per cento).

Ogni dimensione d'impresa ha concorso alla diminuzione complessiva dell'export. Il calo più accentuato ha riguardato la media impresa da 10 a 49 dipendenti (-11,4 per cento), dopo il trend di crescita zero riscontrato nei dodici mesi precedenti. Da sottolineare la flessione del 10,5 per cento registrata nelle imprese di minori dimensioni, da 1 a 9 dipendenti, che ha interrotto una fase positiva durata dieci trimestri,



tra il quarto 2006 e il primo 2009. Nella dimensione maggiore, da 50 a 500 dipendenti, è stata rilevata una diminuzione dell'8,2 per cento, che ha consolidato la tendenza negativa in atto dall'estate del 2008.

I dati Istat relativi all'export dei primi sei mesi del 2009 hanno registrato una situazione molto negativa, con accenti mai riscontrati in passato. Le esportazioni dell'industria in senso stretto sono ammontate a circa 17 miliardi e 601 milioni di euro, vale a dire il 26,8 per cento in meno rispetto all'analogo periodo del 2008. I soli prodotti metalmeccanici, che in Emilia-Romagna costituiscono più della metà dell'export, hanno accusato una flessione del 33,7 per cento, con punte del 38,2 e 36,1 per cento relative rispettivamente ai prodotti metallurgici e mezzi di trasporto.

**Il periodo di produzione assicurato dal portafoglio ordini** è rimasto sotto i due mesi, confermando la situazione dei primi tre mesi del 2009. Anche questo è un chiaro segnale della particolare pesantezza della crisi economica, dato che nei cinque anni precedenti non si era mai scesi sotto la soglia dei due mesi.

Lo sfasamento temporale che intercorre tra la richiesta di **Cassa integrazione guadagni** e la relativa autorizzazione Inps, fa sì che i primi sei mesi del 2009 possano avere ereditato situazioni riferite agli ultimi mesi del 2008, ed è quindi necessaria una certa cautela nella valutazione dei dati. Ciò premesso, le ore autorizzate di Cassa integrazione guadagni di matrice anticongiunturale sono salite dalle 895.772 dei primi sei mesi del 2008 ai 13 milioni e 286 mila dell'analogo periodo del 2009. In Italia si è passati da 24 milioni e 648 mila a 227 milioni e 373 mila ore.

I dati messi a disposizione dall'Inps hanno riflesso in pieno il difficile momento congiunturale rilevato dall'indagine congiunturale del sistema camerale emiliano-romagnolo. Ogni settore industriale ha accusato aumenti,

con una particolare sottolineatura per quello meccanico, le cui ore autorizzate sono salite da 417.193 a 9.789.252.

Se rapportiamo le ore autorizzate alla consistenza degli occupati alle dipendenze in essere nel 2008, possiamo vedere che l'Emilia-Romagna è tuttavia risultata tra le regioni relativamente meno colpite, registrando l'ottavo migliore indice nazionale, con 29,01 ore pro capite, a fronte della media nazionale di 53,51 ore. Le ore autorizzate per interventi di carattere straordinario, la cui concessione è subordinata agli stati di crisi oppure a ristrutturazioni ecc. sono aumentate anch'esse, anche se in misura relativamente meno accentuata rispetto agli interventi di matrice anticongiunturale. Nei primi sei mesi del 2009 ne sono state autorizzate circa 2 milioni 850 mila contro 1 milione 299 dell'analogo periodo del 2008, per un incremento percentuale del 119,3 per cento, più sostenuto di quanto rilevato nel Paese (+67,6 per cento). La crescita della Cassa integrazione guadagni straordinaria è stata determinata, in primo luogo, dai nuovi incrementi rilevati nei settori metalmeccanico e della trasformazione

dei minerali non metalliferi. Nel caso degli interventi straordinari, l'intervallo di tempo che intercorre tra richiesta e autorizzazione Inps è significativamente superiore a quello che si registra relativamente alla cig ordinaria, che è di solito compreso tra uno e due mesi. Pertanto i primi sei mesi del 2009 potrebbero avere riflesso situazioni che appartengono nella sostanza al 2008. Al di là dell'aumento, il fenomeno assume tuttavia proporzioni relativamente contenute, se rapportato all'occupazione alle dipendenze. In questo caso l'Emilia-Romagna ha registrato il terzo migliore valore pro capite nazionale, con 6,22 ore autorizzate per dipendente.

Per quanto concerne la movimentazione avvenuta nel **Registro delle imprese**, nel secondo trimestre del 2009 il saldo fra iscrizioni e cessazioni dell'industria in senso stretto – non sono considerate le cancellazioni di ufficio che esulano dall'aspetto meramente congiunturale – è risultato negativo per 77 imprese, in contro tendenza rispetto all'attivo di 220 riscontrato nell'analogo periodo del 2008. La consistenza delle imprese attive, pari a fine giugno 2009 a 57.914 unità, è tuttavia appar-

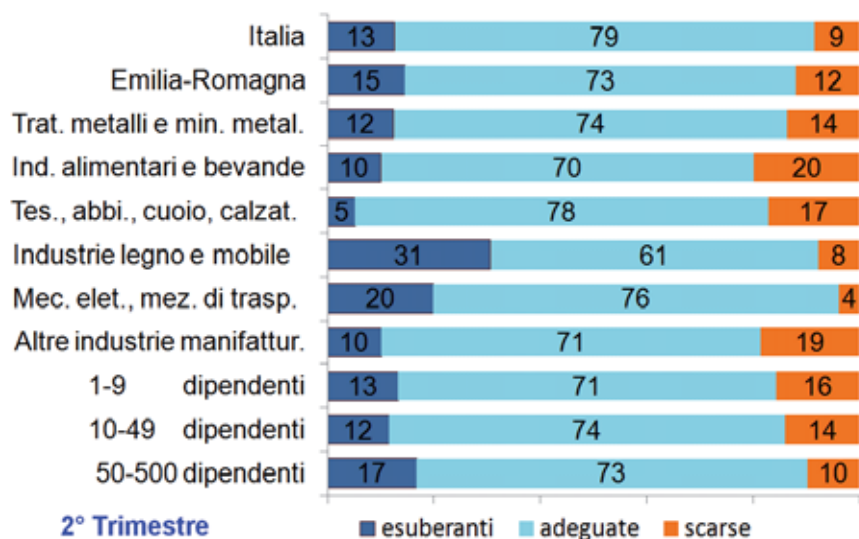
sa in crescita dello 0,4 per cento rispetto all'analogo periodo del 2008 (+2,1 per cento in Italia). La sostanziale tenuta della consistenza delle imprese è da attribuire all'afflusso netto di quasi 150 imprese, dovuto alle variazioni intervenute all'interno del Registro delle imprese. A guidare la crescita sono state le società di capitale (+6,4 per cento), che hanno colmato i vuoti emersi nelle società di persone (-0,9 per cento), nelle imprese individuali (-2,2 per cento) e nelle altre forme societarie (-0,8 per cento).

### Artigianato manifatturiero

Nel secondo trimestre del 2009 è emersa una situazione che ha ampliato i risultati pesantemente negativi emersi nei primi tre mesi. La produzione è diminuita del 18,4 per cento rispetto al secondo trimestre del 2008, in peggioramento rispetto al trend registrato nei dodici mesi precedenti (-5,9 per cento). In Italia è stata rilevata una situazione ancora più negativa, rappresentata da una flessione del 19,4 per cento.

Per le vendite è stato registrato un calo del 18,8 per cento, e anche in questo caso dobbiamo annotare il sensibile peggioramento nei

**Giacenze di magazzino: i giudizi delle imprese. Percentuale di imprese che ha dichiarato le giacenze..., per settori e classe dimensionale. 2° trimestre 2009**



Fonte: Unioncamere Emilia-Romagna, Area Studi Unioncamere, Indagine congiunturale sull'industria

confronti dell'evoluzione media dei dodici mesi precedenti, pari a -4,8 per cento. Questo andamento si è coniugato alla diminuzione, prossima all'1 per cento, dei prezzi praticati alla clientela. Come sottolineato per l'industria, anche l'artigianato è stato indotto a comprimere i profitti, se non azzerarli, pur di restare competitivo.

Note ugualmente negative per l'andamento nazionale, che è stato caratterizzato da una flessione del fatturato del 18,4 per cento, appena inferiore a quella riscontrata in regione.

Ai pesanti cali di produzione e vendite si è aggiunta la pesante flessione, prossima al 19 per cento, degli ordinativi. Rispetto al trend dei dodici mesi precedenti è emerso un peggioramento superiore ai dodici punti percentuali. In Italia è emersa una situazione negativa sostanzialmente analoga, rappresentata da una flessione degli ordinativi pari al 18,3 per cento.

Per quanto riguarda l'export, le poche imprese artigiane esportatrici manifatturiere - la percentuale si è attestata attorno al 12 per cento, contro il 32,3 per cento dell'industria - hanno destinato all'estero quasi il 16 per cento

delle loro vendite, in misura molto più contenuta rispetto all'evoluzione media dei dodici mesi precedenti (26,9 per cento). La ridotta percentuale di imprese artigiane esportatrici sul totale è un fenomeno strutturale, tipico delle piccole imprese. L'andamento delle esportazioni è risultato negativo (-8,3 per cento), discostandosi sensibilmente dal trend moderatamente negativo rilevato nei dodici mesi precedenti (-0,2 per cento). In Italia l'export artigiano è diminuito del 12,7 per cento.

Le conseguenze della crisi economica sulla consistenza delle imprese artigiane manifatturiere non sono mancate. A fine giugno 2009 quelle attive sono ammontate a 39.193 unità, con un decremento del 2,3 per cento rispetto all'analogo periodo del 2008.

#### Industria delle costruzioni

Nel secondo trimestre del 2009 è stato registrato un andamento deludente, che ha consolidato la tendenza negativa in atto dall'estate del 2008.

Il volume d'affari è risultato in diminuzione tendenziale del 2,8 per cento, in leggero peggioramento rispetto al trend dei dodici

mesi precedenti (-1,7 per cento). Nel Paese è stato registrato un andamento ancora più negativo, rappresentato da una flessione del 7,0 per cento, più ampia di quasi tre punti percentuali rispetto al trend.

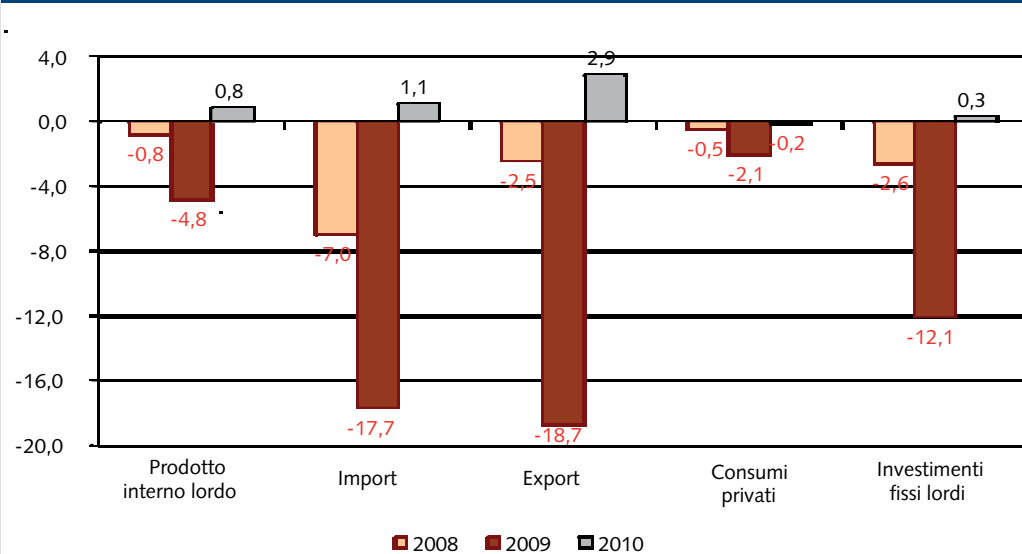
Il basso profilo del fatturato riscontrato in Emilia-Romagna nel secondo trimestre del 2009 è stato determinato da tutte le classi d'impresa, in un arco compreso tra il -1,5 per cento delle medie imprese da 10 a 49 dipendenti e il -4,8 per cento di quelle grandi da 50 a 500 dipendenti. In ogni ambito dimensionale c'è stato, sia pure con diversa intensità, un peggioramento del trend.

Per quanto concerne la produzione, la percentuale di imprese che ha registrato diminuzioni rispetto al secondo trimestre del 2008 è stata del 30 per cento, a fronte di appena il 4 per cento che ha invece dichiarato un incremento. E' insomma emerso un andamento ancora negativo, anche se in termini meno accentuati rispetto al primo trimestre 2009, quando la percentuale di imprese che avevano diminuito la produzione era attestata al 55 per cento. Il ridimensionamento è stato determinato da tutte le classi dimensionali, con una particolare accentua-

zione in quella da 50 a 500 dipendenti, la cui percentuale di imprese orientata al calo ha superato la metà del campione.

Sotto l'aspetto della movimentazione delle imprese, nel secondo trimestre del 2009 il saldo fra iscrizioni e cessazioni - non sono comprese le cancellazioni d'ufficio che non hanno alcuna valenza congiunturale - è apparso negativo per un totale di 84 imprese, rispetto all'attivo di 503 riscontrato nell'analogo periodo del 2008. Quanto alla consistenza delle imprese attive è ammontata a fine giugno 2009 a 74.187 unità, vale a dire lo 0,2 per cento in meno rispetto all'anno precedente. Lo spessore della crisi in atto ha raffreddato la tendenza espansiva della compagine imprenditoriale in atto da lunga data. A soffrire maggiormente sono state le forme giuridiche personali - società di persone e imprese individuali - la cui consistenza si è ridotta rispettivamente del 2,1 e 1,5 per cento. Segno opposto per le società di capitale, che hanno consolidato la tendenza al rafforzamento, in linea con l'andamento generale. A fine giugno 2009 ne sono state conteggiate 9.815 attive contro le 9.074 dell'analogo periodo dell'anno precedente.

#### Scenario regionale: tasso di variazione delle variabili di conto economico.



Fonte: Unioncamere Emilia-Romagna - Prometeia, Scenario economico provinciale, settembre 2009

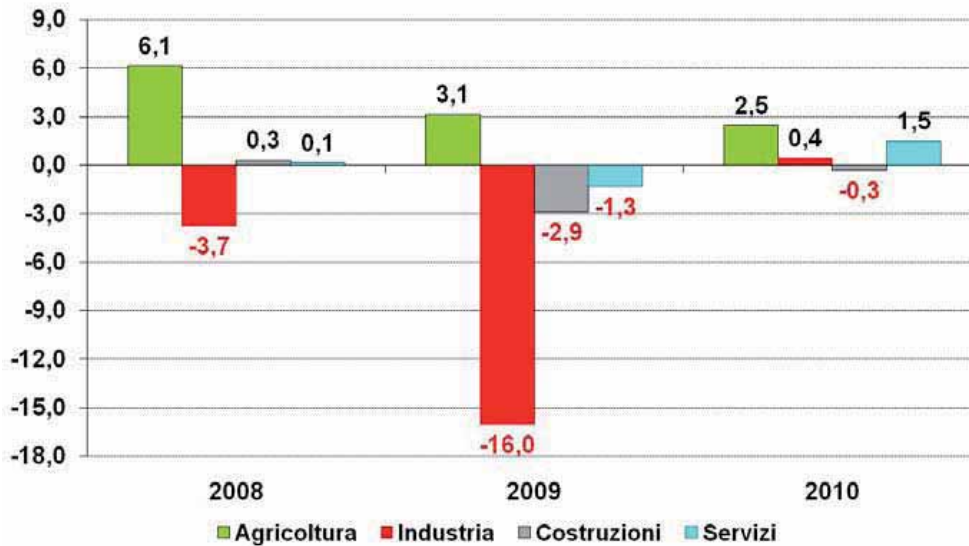
#### La previsione per il 2009

L'Area studi e ricerche di Unioncamere Emilia-Romagna, in collaborazione con Prometeia, ha predisposto lo scenario di previsione economica dell'Emilia-Romagna fino al 2011.

Nella stima redatta nello scorso settembre si può notare che sarà il 2009 a pagare il prezzo più alto della crisi economico finanziaria che ha avuto origine nell'estate del 2007, a causa dell'insolvenza dei mutui ad alto rischio statunitensi. Per l'Emilia-Romagna si prevede una diminuzione reale del Pil pari al 4,8 per cento, più ampia rispetto alla previsione del 3,7 per cento effettuata a maggio. Dal 1970 ad oggi non era mai stata rilevata una diminuzione di tale ampiezza.

Nel 2010 l'economia dell'Emilia-

## Scenario regionale: tasso di variazione del valore aggiunto settoriale.



Fonte: Unioncamere Emilia-Romagna - Prometeia, Scenario economico provinciale, settembre 2009

Romagna dovrebbe tornare a crescere, in misura tuttavia relativamente contenuta (+0,8 per cento), per poi accelerare nell'anno successivo (+1,7 per cento). Gli effetti sull'occupazione dovrebbero tuttavia avvertirsi solo nel 2011. Il 2010 sembra destinato a vedere ridurre la consistenza degli occupati e crescere il numero delle persone in cerca di occupazione.

Il 2010 sembra configurarsi come un anno di transizione verso un periodo nel quale la ripresa dovrebbe prendere un certo vigore, ma dalla crisi in atto, la peggiore del secondo dopoguerra, si potrà uscire solo lentamente.



Il Customer Relationship Management delle Camere di Commercio

Unioncamere  
Emilia-Romagna

L'Unioncamere Emilia-Romagna e le Camere di commercio della regione hanno aderito al progetto CRM (Customer Relationship Management) "Ciao Impresa", avviato nel 2003 dall'Unioncamere nazionale. Il Customer relationship management è volto ad aumentare la conoscenza più approfondita dell'utenza ed impostare azioni di informazione, su strumenti come fax, posta tradizionale, e-mail e sms. L'obiettivo è di inviare comunicazioni specifiche e veicolare notizie più mirate alle attività di impresa e professionali, su convegni, iniziative e servizi nel campo dell'internazionalizzazione, della formazione del capitale umano, della responsabilità sociale d'impresa, del trasferimento dell'innovazione tecnologica, della semplificazione amministrativa ed altri.

Attualmente, la piattaforma regionale CRM conta oltre 6000 iscritti. In questa ottica, anche "Econerre", unica pubblicazione periodica regionale interamente dedicata all'economia del territorio, vuole caratterizzarsi sempre più come strumento per i suoi destinatari: imprenditori, amministrazioni ed enti pubblici, organizzazioni economiche, professionali e sindacali.

Per questo chiediamo a voi, gentili lettori, di dedicarci pochi minuti di attenzione e di contattare la segreteria di redazione c/o Unioncamere Emilia-Romagna viale Aldo Moro, 62 40127 Bologna, via fax allo 051 6377050 o telefonicamente allo 051 6377011 per segnalare eventuali errori nell'indirizzo postale a cui viene inviata la rivista o indicare altri lettori interessati a ricevere *gratuitamente* la pubblicazione.



Pubb



di Giuseppe Sangiorgi

Fondazioni bancarie a convegno: "No allo statalismo, sì alle regole e alla finanza etica"

# La coesione sociale alla base dello sviluppo

**D**anno attenzione ai bisogni delle comunità dove sono radicate e ne promuovono lo sviluppo. Per questo, le Fondazioni di origine bancaria possono essere definite motori dell'economia e della qualità della vita dei territori di cui contribuiscono a riaffermare l'identità e la coesione sociale. È la fotografia scattata al convegno nazionale "Fondazioni e Banche, i sistemi economici locali". L'evento organizzato dalla Fondazione Cassa di Risparmio di Cento e dalla Cassa di Risparmio di Cento spa per concludere le celebrazioni del centocinquantenario, è stata una opportunità per riflettere innanzitutto sul rapporto tra etica, finanza ed economia. "Il problema non è la finanza in sé, né il mercato, luogo che deve accogliere la funzione economica – ha sostenuto il presidente della Camera dei Deputati, Gianfranco Fini – quanto i mancati controlli da parte delle istituzioni preposte". Non serve quindi uno statalismo anacronistico, ma piuttosto "una finanza etica che applichi le regole". Nel

rapporto con l'economia "la centralità della politica deriva dal suo rappresentare la polis, la comunità". Dunque è l'"interesse generale" che, nel momento di una crisi, può essere colto come base "per cambiare, per dare regole certe, per investire nell'innovazione – ha auspicato il presidente della Regione Emilia-Romagna, Vasco Errani – in una visione di lungo periodo puntando su una diversa ispirazione etica nell'agire economico che privilegia lavoro, occupazione e credito alle piccole imprese". Insomma, la costruzione continua dell'identità di un territorio, dove centrale è il ruolo delle banche e delle Fondazioni bancarie. In Emilia-Romagna, sono 19 le Fondazioni sulle 89 esistenti in Italia. "Sono realtà dotate di disponibilità patrimoniale importante e di storico radicamento – ha detto Milena Cariani, presidente delle Fondazioni Caricento – che permette di integrare l'intervento statale in settori cruciali. Le Fondazioni cercano di operare come "ponti fiduciari" tra i vari attori, secondo uno schema

che, oltre a prevedere un supporto finanziario per i progetti, sappia dare un contributo decisivo al sostegno di quella rete fondamentale di associazioni, fondazioni, onlus, cooperative e imprese sociali". Coesione sociale, sviluppo sostenibile, riqualificazione dei territori, supporto alla competitività: su queste linee "siamo in campo da tempo – ha rivendicato Giuseppe Guzzetti, presidente dell'Acri, l'associazione che riunisce le Fondazioni di origine bancaria e le Casse di Risparmio – per dare concreta attuazione al principio di sussidiarietà", che significa integrare l'intervento pubblico "cercando di essere non tanto solo sportello erogatore di servizi di interesse generale o pubblica utilità, ma soggetto attivo per rispondere ai bisogni delle comunità". Le Fondazioni vanno considerate una "infrastruttura immateriale" che, sostenendo i progetti dei corpi sociali intermedi



Il punto in occasione del 150° anniversario di Caricento. Sempre più importante il ruolo delle 19 Fondazioni

Giuseppe Guzzetti,  
presidente dell'Acri



Fondazioni e Banche

## LA STORIA

### Dalle Direttive comunitarie alla sentenza della Corte **Libere e private**

La nascita delle Fondazioni di origine bancaria risale – sotto la spinta esercitata da due Direttive europee in materia creditizia – alla legge delega n. 218 del 1990 (c.d. legge “Amato”). L’obiettivo era di trasformare le banche pubbliche e le Casse di Risparmio in società per azioni, in modo da adeguare il sistema creditizio italiano alla normativa europea, accentuare le caratteristiche imprenditoriali delle banche; favorirne la ricapitalizzazione; creare condizioni di parità sul mercato del credito.

Questa riforma portò alla separazione dell’attività creditizia, scorporata e attribuita alle Casse di Risparmio spa e alle Banche del Monte spa, da quella filantropica assegnata alle Fondazioni.

Per realizzare questo processo il legislatore attribuì alle Fondazioni bancarie il ruolo di azionista di maggioranza delle banche da privatizzare. Il decreto legislativo 153/99, emanato in attuazione della legge delega 461/90 (c.d. legge Ciampi), stabilì per le Fondazioni la necessità di dismettere la partecipazione di controllo nelle società bancarie. Questo decreto definisce “persone giuridiche senza fini di lucro” le Fondazioni che, create così come soggetti nuovi e originali, riccamente patrimonializzati, perseguono obiettivi di pubblica utilità e di benessere collettivo.

In più occasioni contestata, la natura privata rivendicata dalle stesse Fondazioni di origine bancaria, è stata definitivamente sancita dalla Corte Costituzionale nel 2003 con le sentenze 300 e 301, che hanno posto le condizioni perché le Fondazioni di origine bancaria possano giocare un ruolo diverso da quello inizialmente immaginato – prima custodi di partecipazioni azionarie e poi ancelle delle Amministrazioni pubbliche, locali o nazionali – ma non per questo meno rilevante per il benessere delle comunità. In particolare, recita la sentenza 300, le Fondazioni sono “enti privati, senza fine di lucro con piena autonomia statutaria e gestionale”, e “parte importante dell’organizzazione delle libertà sociali” ■

“diventa fattore di consolidamento della democrazia, realizzando il pluralismo economico e sociale, quando allo Stato e al mercato si affianca un terzo pilastro, quel privato sociale che genera risorse, produce occupazione, dà un contributo al Pil del Paese e ha potenzialità ancora inesprese”. Nella globalizzazione, il ruolo delle Fondazioni dovrà sempre più indirizzarsi “anche alla valorizzazione delle risorse umane e della capacità di innovazione”.

La crisi finanziaria internazionale ha spazzato via le critiche mosse ai collegamenti tra le Fondazioni e le banche partecipate a cui le prime hanno consentito di svolgere appieno la loro attività a sostegno dell’economia reale. “Tra banche e Fondazioni – ha spiegato Antonio Patuelli, vicepresidente dell’Abi – c’è legame di alti valori etici e sociali che attiva un circuito virtuoso: nei territori, gli utili ricadono proficuamente in attività sociali. Le Fondazioni sono case

di vetro di democrazia, di partecipazione responsabile e di solidarietà. Le banche, molto legate ai territori, sono ben patrimonializzate e incrementano il credito verso le imprese”. La recessione ha premiato l’equilibrio e la responsabilità degli istituti di credito italiani, che hanno saputo reggere l’impatto sostenendo le aziende. Le difficoltà però, è stato sottolineato nella tavola rotonda dedicata ai sistemi economici locali e al rapporto con le banche, coordinata dall’economista Fabrizio Onida e dal direttore generale di Caricento, Ivan Damiano, potrebbero essere dietro l’angolo. In particolare, ha avvertito Giuseppe Lusignani vicepresidente di Prometeia, “le piccole banche sono molto esposte alle sofferenze e il ciclo economico attuale è ancora difficile. La redditività delle banche calerà e l’onere di sostenere le imprese locali non potrà rimanere solo sulle spalle delle piccole aziende di credito” ■

## EVENTI

### Chiuse le celebrazioni per i 150 anni della “Cassa” centese **“Creare valore senza rinunciare ai valori”**

Ha festeggiato 150 anni con il motto “creiamo valore senza rinunciare ai valori”. Nel tempo ha arricchito il suo territorio e oggi trova concretizzate in due entità – la Cassa di Risparmio spa e la Fondazione – le sue missioni fondamentali, ben identificabili: creditizia e filantropica. Missioni precise affidate a due soggetti diversi, i quali trovano, nella comune radice, il background valoriale condiviso che consente quella sinergia di obiettivi capace di continuare a generare, per la comunità di riferimento, uno sviluppo fatto di benessere economico, ma anche di crescita civile e sociale. La Cassa Centese è tra le poche (una dozzina) a essere rimaste autonome, ossia controllate dalle rispettive Fondazioni.

Il costruttivo rapporto tra la Fondazione e la Cassa, non solo ha finora permesso a quest’ultima di mantenere un’autonomia storica, ma soprattutto continua ad articolare risposte solidali anche sul piano economico, come per esempio le agevolazioni per quelle imprese che in un momento congiunturale difficile inten-

dono ricapitalizzare o avviare piani di internazionalizzazione.

“Il rapporto con la clientela – sottolinea il presidente di Caricento Vilmo Ferioli – richiede trasparenza e lealtà. È quello che ha contraddistinto la nostra Cassa in questi 150 anni, condotti sempre fra e con la gente” ■





Pubb

Firmato l'accordo con Cna e Confartigianato. Sono 147mila le aziende interessate

# Le banche scommettono sul sistema delle Pmi

A destra, Paolo Govoni, presidente di Cna Emilia-Romagna. Sotto, la nuova sede di Bologna

**S**ono 147mila in tutta l'Emilia-Romagna le aziende che possono avere a disposizione condizioni favorevoli sulla commissione di disponibilità fondi (introdotta dopo l'abolizione della commissione di massimo scoperto), sui tassi per gli anticipi fatture e sui fidi accordati. È quanto prevede l'accordo firmato da Cna e

Confartigianato regionali con tutte le banche che hanno sportelli in Emilia-Romagna. Per esempio, la commissione di disponibilità fondi è fissata da un minimo del 0,15% (per le imprese più virtuose) fino ad un massimo dello 0,40%, a fronte di

un tetto fissato dalla legge anti-crisi dello 0,50%. Qualunque imprenditore associato a Cna e Confartigianato potrà recarsi in una filiale delle banche che hanno firmato l'accordo e sottoscrivere un modulo d'adesione. L'istituto di credito, che ha 30

giorni di tempo per rispondere, applicherà le condizioni previste in base alla fascia di merito in cui è collocata l'azienda (ne sono state individuate quattro) e invia l'incaricamento alle associazioni di categoria, che avvierà a loro volta un iter per migliorare il merito di credito dell'impresa. I risparmi previsti, anche per le aziende in grado di offrire meno garanzie, che sono in realtà le più numerose arrivando all'80% del totale, possono coprire fino al 20% delle spese.

Per Fabio Giovannini, presidente vicario di Cna, la sottoscrizione dell'accordo è "un segnale che si comincia a credere nelle Pmi, che si scommette sul sistema delle piccole e piccolissime imprese, che troppo spesso hanno pagato gli errori dei grandi gruppi. Dar loro fiducia significa permettere a queste aziende di stare a galla". L'intesa è accompagnata da un protocollo operativo per le singole filiali degli istituti di credito, in modo che non ci siano ritardi nell'applicazione delle direttive. Non

solo: allo studio di associazioni di categoria e banche c'è la possibilità di applicare la moratoria sui debiti anche a quelle aziende che abbiano beneficiato di credito agevolato e contributi pubblici (al momento escluse dal provvedimento).

Questa sul credito è solo una delle tante iniziative che Cna regionale sta portando avanti a supporto delle imprese artigiane in questo duro momento di crisi. Adesso, rileva l'Osservatorio di Cna Emilia-Romagna, la crisi morde meno e la fase recessiva rallenta, ma è ancora presto per dire quando si avvierà la ripresa. È una situazione ancora molto incerta, che in Cna si descrive ricorrendo a una metafora. Se tra l'ultimo trimestre 2008 e il primo trimestre 2009 si è precipitati di una rampa, nel periodo che va da aprile a luglio di quest'anno si registra un certo rallentamento: si scende ancora, ma adesso si va giù solo di un gradino. Si osserva un'apprezzabile decelerazione tendenziale della velocità di flessione del fatturato com-

Cna: "Grazie a questa intesa molte imprese riusciranno a restare a galla"

## IL FOCUS

### Inaugurata la nuova sede dell'associazione Cna riparte da Corticella

■ Dicono che la crisi è finita ma non è così se qualcuno è costretto a mettere a casa delle persone. Questa nuova sede è come un nuovo fiore nel giardino di questa nostra società. Che sia foriera di tante iniziative che possano sostenere il lavoro di tante donne e tanti uomini, aiutando le famiglie a vivere serenamente nella certezza del lavoro e dei valori che esso porta." Così monsignor Ernesto Vecchi, vescovo ausiliario di Bologna, ha voluto sottolineare il valore della nuova sede della Cna regionale a Bologna, che secondo il sindaco del capoluogo felsineo, Flavio

Delbono, "rappresenta un'iniezione di fiducia per il futuro dell'intera città in un momento così difficile per le imprese e le famiglie". Anche l'assessore regionale alle Attività produttive Duccio Campagnoli, accanto ai complimenti e agli auguri di buon lavoro ai dirigenti e agli imprenditori della Confederazione, ha voluto sottolineare "l'impegno e il grande senso di responsabilità sociale di Cna che, insieme alla Regione e alle altre organizzazioni, ha assunto compiti precisi per la salvaguardia del lavoro e dell'occupazione". Dalle torri di viale Aldo Moro Cna regionale si è trasferita



in via Rimini, al numero civico 7, insieme alle altre società del sistema associativo (Ecipar, Cna Innovazione, Sofista e Siaer). Un passaggio "simbolico" dalla fiera alla zona Corticella, storica area della Bologna industriale dei decenni scorsi ■



## LA STRATEGIA

### Cambio al vertice di Cna regionale

# Govoni alla guida degli artigiani emiliano-romagnoli

plussivo, che inverte così la rotta di progressivo aggravamento intervenuta nel corso dei nove mesi precedenti, tendenza che si riscontra sia nel fatturato interno che in quello conto terzi. Ancora negativo, invece, il quadro del fatturato estero che riflette, evidentemente, le più generali difficoltà in cui si dibatte tutto l'export nazionale. Al palo gli investimenti, che ancora non danno segni di possibile decollo. Persistono in fase fortemente negativa settori quali il tessile e soprattutto il metalmeccanico; entrambi vanno in contro tendenza, registrando un peggioramento della fase recessiva. Costruzioni, servizi alla persona, legno e riparazioni segnalano un rallentamento della dinamica di flessione; i trasporti si limitano a una stabilizzazione della dinamica di caduta. Solo l'alimentare risulta già in ripresa.

Dunque fare previsioni su quando usciremo dalla crisi, se già alla fine del 2009, nel 2010 o ancora più tardi, è quanto meno prematuro. Per ora l'unico segnale che conforta è che la velocità di caduta è diminuita.

Al di là dei numeri, l'invito dell'associazione è di cominciare a guardare un po' più lontano nel tempo, anche per capire quali possibilità e opportunità abbia un Paese come il nostro, che secondo molti economisti, oltre a essere uno dei più colpiti dal "fall-out" della crisi, è anche quello che ha beneficiato meno della crescita che l'ha preceduta. Anche l'Emilia Romagna ha subito un impatto fortemente negativo in termini economici, creditizi e del lavoro. Nei primi sei mesi del 2009 le ore autorizzate di Cig sono aumentate del 390% rispetto allo stesso periodo del 2008 e le richieste di sostegno al reddito fatte dalle imprese all'Ente Bilaterale sono più che quadruplicate. Dati, questi, che creano seri timori per la tenuta dell'occupazione.

**C**ambio al vertice di Cna Emilia Romagna. Paolo Govoni, imprenditore edile di Copparo ed ex presidente dell'associazione provinciale ferrarese, è il nuovo presidente regionale. Lo affiancheranno nella presidenza che guiderà la Cna fino al 2013, in qualità di vicepresidenti, sei imprenditori: Alvaro Attiani di Forlì-Cesena; Fabio Giovannini di Bologna; Sergio Giuffredi di Parma; Valter Montelaghi di Reggio Emilia; Gaspare Mulè di Ravenna; Emer Paccioni di Modena. Il riminese Gabriele Morelli è stato confermato segretario.

Paolo Govoni, geometra, è titolare della Govoni Costruzioni, impresa che opera sul mercato da oltre 60 anni (l'azienda è alla terza generazione), specializzata in restauri e recuperi edilizi. L'elezione della presidenza regionale ha concluso il percorso di rinnovo degli organismi dirigenti che Cna ha avviato in Emilia-Romagna nello scorso marzo e che ha visto lo svolgimento di 10 assemblee provinciali, oltre 400 assemblee delle sedi territoriali e delle associazioni di mestiere. Il dibattito, che ha coinvolto migliaia di imprenditori e imprenditrici, ha portato a un rinnovo di oltre il 40% dei gruppi dirigenti: sono cambiati i presidenti provinciali di Ferrara, Forlì-Cesena, Reggio Emilia e Parma e i presidenti regionali di 7 Unioni di settore su 10.

Il neo presidente sottolinea come oggi, tra i soci Cna, siano aumentati i non artigiani. La piccola e media impresa, com-

ponente associativa storica, ha raggiunto il numero di 5.671 aziende. Le imprese commerciali costituiscono, invece, una realtà associativa relativamente giovane ma in forte espansione che ha raggiunto le 6.720 unità. Sono numeri che, spiega Govoni, "rappresentano il segno del superamento delle barriere categoriali, confermando la nostra scelta di guardare a una rappresentanza sempre più generale dell'impresa.

Anche la presenza del lavoro professionale si consolida raggiungendo i 6.720 associati con un incremento in termini percentuali di oltre 30 punti rispetto al 2005. Da qui la spinta che come Cna Emilia-Romagna abbiamo dato al progetto nazionale di 'Cna professioni', impegno che ha già portato a un primo importante risultato: l'affiliazione di Assoprofessionisti, un raggruppamento di circa 15mila professionisti, di cui 1.800 nella nostra regione".

Chiare anche le direttrici su cui la nuova presidenza intende muoversi. Guardare già a cosa ci sarà dopo la crisi, "per farsi trovare preparati - argomenta Govoni - e capire quali possibilità abbiano un paese e una regione come la nostra per riprendere la crescita, recuperare mercati e competitività". Il presidente indica alcune priorità: interventi fiscali per sostenere le imprese e rilanciare i consumi delle famiglie, credito certo, sostegno a innovazione ed export, salvaguardia del lavoro e dell'occupazione ■

Inoltre la nostra regione (secondo una ricerca del Centro Studi Sintesi di Mestre) ha perso terreno sul piano dell'export (meno 2,5%), della numerosità di imprese attive (meno 1,2%) e della domanda interna (meno 0,8%). Alla luce di quanto accaduto negli ultimi mesi, osservano le associazioni regionali dell'artigianato e della piccola e media impresa, la vera sfida sta nel capire cosa si deve salvare e cosa serve invece cambiare ■

## LA SCHEDA

### I numeri di Cna Emilia-Romagna

73.567	le aziende socie di Cna ER
237mila	gli addetti delle aziende associate
24mila	le imprese dirette da donne
33mila	le aziende guidate da under 40
7.304	gli imprenditori soci di nazionalità straniera
259 sedi	Cna in regione
3mila	addetti



di Giuseppe Sangiorgi

La struttura rappresenta la prima cellula del Parco scientifico tecnologico "Torricelli"

# Faenza pensa al futuro E apre l'incubatore



**U**na "fabbrica dell'innovazione" dove sviluppare progetti di business. A Faenza è stato inaugurato l'incubatore di impresa, prima cellula del futuro "Parco delle Arti e delle Scienze "Evangelista Torricelli - Faventia".

La struttura, costata quasi 3 milioni e mezzo di euro, e realizzata con il cofinanziamento dell'Unione europea (al 45%), Regione Emilia-Romagna, Comune di Faenza, Provincia di Ravenna e Fondazione Amleto Bertoni, ha una superficie di oltre 2700 metri quadrati e una caratteristica precisa: è in piena adiacenza fisica e funzionale con Cnr, Centro ricerche Enea, e il polo ceramico-universitario. Si potrà quindi dare ulteriore slancio alla scommessa di una città che guarda a orizzonti tecnologici di avanguardia. L'incubatore vuole favorire la collaborazione tra imprese e l'avvio di start-up, in uno spazio di eccellenza ove concentrare le risorse: nella struttura potranno infatti insediarsi al massimo 25 aziende.

alcuni decenni, su cui hanno lavorato diverse generazioni".

Quando nacque l'idea, la crisi era lontana. Ora la "casa" delle giovani imprese può diventare un'occasione e un esempio. Attraverso uno sforzo sinergico tra pubblico e privato, offrirà infatti tutti gli elementi - sia infrastrutturali che di expertise - necessari per sviluppare nuove idee imprenditoriali. In futuro l'incubatore, per quanto riguarda i nuovi materiali, sarà parte del tecnopolo della provincia di Ravenna, nella rete delle cittadelle dell'innovazione che la Regione sta progettando su tutto il territorio emiliano-romagnolo. "È un esempio di un percorso di recupero della conoscenza - ha affermato l'assessore regionale Duccio Campa-

gnoli - dove la tecnologia si pone alla testa dei distretti produttivi per creare la manifattura del futuro".

Faenza mette in campo una leva a vantaggio anche di realtà già consolidate. "Bisognerà muoversi senza compartimenti stagni - ha concluso Massimo Bucci, presidente dell'Agenzia Polo Ceramico, che gestisce la struttura - per conseguire nuovi traguardi nei settori a più alto contenuto di conoscenza attraverso il trasferimento di know-how dalla ricerca alle applicazioni industriali. In questa prospettiva, andranno premiate le idee di qualità. Per lo sviluppo, saranno necessari i contributi di Fondazioni bancarie, altre imprese, venture capital".

All'interno dell'incubatore sono nove

Costato 3,5 milioni di euro, ospita nove aziende ad alto tasso di innovazione

La parete sud dell'edificio che ospita l'incubatore, costruito all'insegna del design moderno e dell'alta efficienza energetica

Nell'edificio, costruito in un unico fabbricato, con tre moduli funzionali distinti, collegati da vani scala, sono disponibili uffici, laboratori e atelier produttivi, aule di formazione, sale riunioni: risorse di cui le start-up possono avvalersi per sviluppare le proprie potenzialità. Per regolamento, potranno restare tre anni, per poi spiccare il volo lasciando gli spazi ad altre realtà. "L'incubatore è un anello di congiunzione tra ricerca, innovazione e mondo dell'impresa - ha detto il sindaco Claudio Casadio - Testimonia la tenacia di questa città. È infatti la conclusione di un percorso, durato



le aziende già attive, che pagano un affitto all'Agenzia Polo Ceramico: Ipecc srl (consulenza industriale per automazione, robotica, meccanica ed elettronica), laboratorio Cnr-Impresa (ricerca materiali nano-strutturali per la medicina riabilitativa), Cerinvest (azienda high-tech per ceramici e compositi), Cerlife (applicazioni biomedicali in microchirurgia), Modernitaly (società di servizi operante nel biomedicale, design, modelli, architettura), Sms Meteoromagna (centro di ricerca di calcolo meteorologico e ambientale), Codice Traduzioni (consulenze linguistiche), Phizero (automazione industriale), studio tecnico Cattani e Martelli (progettazione architettonica e strutturale).

La soluzione architettonica scelta per l'edificio che ospita l'incubatore, costruito in un anno e mezzo di lavoro da un'associazione temporanea di tre imprese, è una "sintesi fra contemporaneità e tradizione – commenta l'architetto torinese Benedetto Camerana – basata su criteri di ecletticità, modularità e praticità". Particolarmente significative le soluzioni adottate per favorire il risparmio energetico, dai pannelli fotovoltaici e solari alle vasche per il recupero dell'acqua piovana e l'alimentazione delle cassette dei sanitari, fino alla coibentazione delle pareti ■

## IL CASO

### Nuovo impulso all'imprenditorialità, soluzioni hi-tech al servizio del mondo produttivo locale. A Imola il caso dell'incubatore Innovami

## Rispondere alla crisi a colpi di innovazione

**C**omplicati modelli matematici in grado di ottimizzare i consumi energetici in azienda o i percorsi dei mezzi per la raccolta dei rifiuti. Pannelli solari innovativi capaci di resistere alle intemperie e di risolvere la maggior parte dei problemi di efficienza degli impianti. Ma anche soluzioni innovative per rendere la pubblicità meno costosa e alla portata dei piccoli esercizi commerciali, software all'avanguardia per offrire nuovi e inediti servizi lato cliente all'interno dei negozi di arredamento. Sono solo alcuni dei risultati raggiunti, in questi ultimi mesi, dalle imprese attive a Imola all'interno dell'incubatore Innovami.

Operativo dal 2005, l'incubatore Innovami ha accompagnato la nascita e la crescita di start up innovative, molte delle quali risultano attualmente operative nell'Imolese e in grado di costituire una risorsa importante, come "fornitori di innovazione", per le imprese del comprensorio, oltre a rappresentare un esempio significativo di nuova imprenditorialità per giovani ricercatori, ma anche professionisti ed ex dipendenti, che hanno visto nell'incubatore un'opportunità per trasformare una "buona idea" in un'impresa reale.

Un'attività, quella dell'incubatore di Imola, che assume particolare rilievo in questi mesi di difficoltà dell'economia, con l'innovazione che diventa una delle possibili risposte – forse la sola possibile risposta – alla crisi dei mercati e alla necessità di recuperare competitività. "Il futuro presente: quando le imprese incontrano l'innovazione". Questo il titolo di due workshop organizzati da Innovami all'interno dell'incubatore, il 26 novembre e il 17 dicembre, per presentare alcune di queste soluzioni al sistema economico locale.

Tecnologie dell'informazione e della comunicazione, energia, ambiente. Tre temi particolarmente attuali, che rappresentano bene il core business delle aziende incubate, oggetto rispettivamente del primo (Ict) e del secondo incontro (energia e ambiente). Qualche esempio: proviene da Imola il primo linguaggio di programmazione al mondo in grado di rendere agevole la programmazione delle "applicazioni distribui-



te", messo a punto da Italiana Software. Ma grazie alle Ict, per passare a temi più quotidiani, è possibile prevedere anche una rivoluzione nel modo di intendere la pubblicità, da oggi alla portata – come spiega l'azienda Regolcom – anche di una piccola attività di quartiere. Quindi Xelia, l'azienda dell'incubatore Innovami che vanta tra i propri progetti di punta anche un innovativo "valutatore di ambienti" in grado di riconoscere gli abbinamenti tra le forme e i colori. E Optit, che metterà sul piatto i propri metodi di ottimizzazione dei processi basati su complessi modelli matematici: una risposta innovativa all'esigenza di razionalizzare l'uso delle risorse in azienda – per esempio ottimizzando i percorsi degli automezzi destinati alla consegna o alla raccolta di merci – con notevoli risparmi e incrementi di efficienza.

Dall'Ict all'energia e ambiente. Questi i temi protagonisti del secondo workshop. Nell'occasione si potranno conoscere le ultime novità in tema di rendimento energetico degli edifici, proposte da Eden, ma anche i nuovi sistemi per lo sfruttamento dell'energia solare ed eolica di Skanergy e Windesign, in grado di porre fine alla maggior parte dei problemi finora connessi allo sfruttamento di queste fonti energetiche. Fino a Geas e – ancora – Optit, la prima specializzata nella progettazione di sistemi efficienti di gestione e smaltimento dei rifiuti, la seconda di nuovo presente per illustrare una delle applicazioni di punta, oltre alla logistica, dei modelli di ottimizzazione matematica, quella relativa alla gestione dei "flussi energetici" su reti distribuite o impianti di cogenerazione: insomma, una gestione intelligente dell'energia in grado di far risparmiare (molto) denaro, oltre a venire incontro alle più moderne esigenze di limitazione dell'impatto ambientale delle attività produttive ■

m.c.





di Giorgia Mazzotti

A Modena l'unica azienda italiana "capace" di vendere tecnologia a Microsoft

## Bill Gates fa acquisti nella "software valley"

**L'**elettronica attecchisce bene lungo la via Emilia. E se negli Usa coltiva i suoi frutti in quel di Silicon Valley, a livello nazionale trova terreno fertile in Val Padana: quasi un centinaio le aziende emiliano-romagnole certificate come Microsoft partner sui 790 che in tutt'Italia forniscono servizi e prodotti informatici basati sulle tecnologie Microsoft. I dati sono quelli forniti dal colosso statunitense fondato da Paul Allen e Bill Gates, che fornisce alle società informatiche una preparazione specifica per offrire alla clientela competenza tecnica, pianificazione strategica e capacità di realizzazione progettuale. La rete dei partner Microsoft con sede principale in regione ha la sua massima concentrazione nel capo-

luogo, con 28 società partner presenti a Bologna e provincia. Segue Reggio Emilia con 15 e – a pari merito – le province di Modena e Forlì Cesena, con 13 a testa. La classifica regionale va avanti con Parma e i suoi 9 partner, seguita da Piacenza con 6 e da Ferrara con 5 partner, tra i quali spicca l'unico associato certificato specializzato nel mondo del turismo all'aria aperta. In fondo alla classifica Ravenna e Rimini con 3 partner su ciascun territorio. In questo momento in Italia ci sono circa 240 partner Gold e circa 550 Certified, mentre il totale di partner registrati al Microsoft Partner Network è di 13.300 aziende. La differenza tra i partner Gold e i partner Certified è definita in base a un punteggio che essi nel tempo acquisiscono e che corrisponde a strumenti e risorse differenti che hanno a disposizione. L'acquisizione

di punti è determinata da una serie di fattori come il numero di persone certificate per ogni competenza, il pagamento di una quota annua, le soluzioni certificate adottate e il punteggio ottenuto nella valutazione finale di soddisfazione dei clienti. In ogni caso per essere Certified o Gold è necessario che l'azienda compia un percorso di formazione e abbia almeno due persone certificate, che seguono corsi e sostengono prove di conoscenza approfondita nell'uso dei prodotti informatici. La propensione emiliana per la tecnologia informatica trova ulteriore conferma nel fatto che proprio qui, nel cuore della pianura nostrana, c'è l'unico fornitore italiano di tecnologia per la Microsoft, nonché leader di mercato nello sviluppo di software semantici per la comprensione e l'analisi delle informazioni. Proprio a Modena, infatti, è nato il correttore grammaticale dell'italiano e il dizio-

Proprio sotto la Ghirlandina è nato il correttore di Office utilizzato in tutto il mondo

### LA STORIA



### Nel 1993 l'incontro con il colosso americano Da "Errata Corrige" a "Cogito"

**E**xpert System nasce nel 1989 e nel giro di poco tempo dedica tempo ed energie alla ricerca con lo sviluppo di un analizzatore grammaticale arrivando – tra il 1993 e il 1994 – ad elaborare il primo correttore grammaticale della lingua italiana: Errata Corrige. "Quello – spiega l'amministratore delegato Stefano Spaggiari – è il punto di partenza di tutto quanto è venuto dopo". La riprova che la strada è quella giusta arriva subito: nel 1993 a un evento organizzato dalla Microsoft a Milano la Expert System viene a sapere che la società di Gates è a caccia di una piattaforma linguistica di questo tipo. "Allora – ricorda Spaggiari –

abbiamo adattato il nostro pacchetto con il programma di correzione grammaticale e l'abbiamo spedito alla sede centrale di Microsoft a Redmont, nello Stato di Washington". E tra tanti prodotti multilingua americani, ma anche inglesi e un altro italiano viene scelto il loro, messo a disposizione di chi usa Word e ora di tutti gli utilizzatori del pacchetto Office della Windows. "A quel punto avremmo potuto godere dei risultati raggiunti – prosegue Spaggiari – ma non ci siamo fermati". La ricerca continua e nel 1999 nasce Cogito, un software messo a disposizione delle aziende e in grado di capire il significato di ogni parola e di ogni





nario dei sinonimi e dei contrari tuttora a disposizione di tutti coloro che utilizzano il programma di scrittura presente nel pacchetto Office. Perché all'interno del più diffuso tra i sistemi di scrittura informatizzati, il correttore e il dizionario sono stati messi a punto espressamente per l'azienda americana da una società modenese: la Expert System.

Fondata nel 1989 da tre giovani appassionati di informatica, la storia di Expert System è in perfetto stile new economy. Mentre Bill Gates muove i primi passi in una cantina a stelle e strisce, i suoi emuli della Ghirlandina partono dal salotto di casa per poi trasferirsi in un garage alla periferia della città. Vent'anni fa il grande salto parecchi piani sopra al garage di periferia, e poi la diffusione geografica con l'apertura di nuove sedi in Italia (Roma, Napoli e Trento), Europa (Londra e Stati Uniti). Un successo riconosciuto anche dagli analisti americani di Gartner, leader mondiale in ricerche e analisi legate al mondo della Information Technology. Perché già per il terzo anno consecutivo Gartner colloca Expert System tra le 15 migliori aziende produttrici di tecno-

logia del mondo, unica società italiana ad affiancare marchi come Google, Oracle, Ibm e Microsoft.

La chiave del loro successo? "La Semantic Intelligence – spiegano dalla Expert System – ovvero una piattaforma in grado di aiutare i computer a comprendere il significato delle parole in modo simile all'intelligenza umana". Una tecnologia che viene messa a disposizione di una clientela che annovera nomi come Eni, Pirelli, Rcs Mediagroup, Telecom Italia, Genialloyd e Autostrade per l'Italia. Riconoscimenti e clientela di rango aumentano in parallelo con lo sviluppo economico. "In questi ultimi anni – racconta l'amministratore delegato nonché socio fondatore Stefano Spaggiari – siamo riusciti a conquistare molte aziende arrivando a vendere le nostre applicazioni persino a Silicon Valley". Tra i clienti americani di Expert System ci sono, ad esempio, la catena di farmacie Cvs Pharmacy e la Honda Us. Expert System negli ultimi tre anni raddoppia fatturato e valore di produzione, che nel 2008 raggiunge i 10 milioni di euro. Cento gli addetti, con una media di età di 34 anni e il 30% delle risorse impegnate in ricerca e sviluppo. Insomma, è fatta anche di elettronica la strada che si snoda fra la via Emilia e il West ■

testo scritto, dalle pagine web fino ai documenti e alle e-mail.

Il padre di Cogito è Marco Varone, socio fondatore di Expert System insieme a Stefano Spaggiari e Paolo Lombardi. "I sistemi tradizionali – racconta Varone – si limitano a individuare la presenza di parole chiave senza capire il loro significato. Cogito, invece, interpreta univocamente il significato reale dei termini considerando il contesto in cui sono inseriti. Così, ad esempio, coglie il giusto significato della parola "espresso" in frasi diverse come "Ho preso un espresso alla stazione" e "Ho preso un espresso al bar della stazione". Nel primo caso Cogito comprende che si parla di un treno, mentre nel secondo attribuisce alla stessa parola il significato di caffè".

Ora Cogito e la Semantic Intelligence

restano il cuore della produzione di Expert System con i software basati su questa tecnologia e impiegati da aziende di ogni settore produttivo per individuare e sfruttare le informazioni utili nelle principali attività di business, tra le quali spicca il customer care: le attività di assistenza ai clienti. "Grazie ai software semantici – conclude l'ad modenese Spaggiari – siamo passati dalla produzione di cd-rom da vendere ai singoli utenti alla produzione di sistemi personalizzati per le aziende che si trovano a dover gestire e utilizzare le migliaia di informazioni disseminate nel web". La nuova frontiera degli ex ragazzi del garage di periferia che hanno già conquistato Silicon Valley è il mondo arabo con Cogito come piattaforma da lanciare in Medio Oriente ■

## IL CASO



Media Beat

### A Ferrara i leader "informatici" del turismo all'aria aperta

**S**i chiama Media Beat e ha sede a Ferrara l'azienda italiana specializzata nella ricerca, nella progettazione e nella realizzazione di soluzioni innovative per il turismo all'aria aperta. I progetti realizzati come partner certificati di Microsoft forniscono tutte le attività necessarie alla progettazione, allo sviluppo e alla manutenzione del sistema informativo aziendale in ambito turistico: dalla consulenza organizzativa alla progettazione delle architetture IT, dal disegno di soluzioni di sicurezza all'integrazione dei sistemi con progettazione e realizzazione di soluzioni software personalizzate. A raccontarlo è Luca Di Luzio, chief executive officer di Media Beat, che spiega: "Il nostro lavoro è imperniato sull'affidabilità e sulla qualità delle soluzioni più all'avanguardia e sono un centinaio i villaggi seguiti da noi in tutt'Italia, da Grado fino a Mazara del Vallo e Pantelleria". Nata nel 1998 come ditta individuale, dal 2002 Media Beat diventa una società con uno staff di una ventina di persone e un fatturato complessivo attestato sul milione di euro. La sfida è quella di riuscire a coniugare i vantaggi del turismo all'aria aperta con il comfort alberghiero e con una complessa ed efficiente offerta tecnologica che va dal front-office fino al management.

L'innovazione diventa così elemento di innalzamento della competitività aziendale e di distinzione in un settore normalmente poco tecnologico. "Perché la sopravvivenza e le performance di un'azienda – assicura Di Luzio – sono date proprio dalla sua capacità di adattarsi al mercato, alla possibilità di anticipare le risposte adeguandosi a una realtà che cambia molto in fretta. E anche in ambito turistico tutti questi obiettivi possono essere raggiunti solo attraverso l'innovazione e la tecnologia" ■

di Luca Polittano

Al via, con Pedalando per Kyoto, la nuova edizione della campagna ConsumAbile

# Il consumatore? Meglio se “abile”

**Z**ero emissioni climalteranti e un leggero sfrigolio di gomma sul suolo; la ricerca del parcheggio, un ricordo lontano; e il prezzo del carburante? Un problema in meno. Basta pedalare. Magari fino a Kyoto, anche solo simbolicamente: per far sentire la voce di tutti quei

cittadini e tutte quelle Pubbliche amministrazioni che decidono di rendere più sostenibili le proprie scelte quotidiane, si tratti di come ci si muove o cosa si mangia, quale mix energetico si adotta e quali marchi si premia o si punisce con ‘il proprio voto’ di fronte

allo scaffale.

Il 18 e il 19 settembre la Regione Emilia-Romagna in collaborazione con il Comune di Bologna ha organizzato sotto le Due Torri – agganciandosi idealmente alla Settimana europea della mobilità sostenibile



(16-22 settembre) – “Pedalando per Kyoto”, due giorni per maneggiare la ‘cassetta degli attrezzi’ a basso impatto ambientale e rilanciare con forza il problema dei cambiamenti climatici a suo tempo fronteggiato dal noto Protocollo al

quale ci si è ispirati nel progettare la manifestazione. Con convegni, workshop e iniziative che hanno coinvolto più di tremila persone celebrando all’insegna della partecipazione il lancio della nuova edizione di “ConsumAbile”, la cam-

Per due giorni a confronto nel capoluogo le buone pratiche di sostenibilità

## L'INTERVISTA

### Lino Zanichelli, assessore regionale all’Ambiente e allo sviluppo sostenibile “Seminare ambiente fa bene all’economia”

**T**anti i momenti di riflessione di “Pedalando per Kyoto”, a partire dai workshop della Sala Borsa, un tuffo nella sostenibilità per ‘econauti’: per imparare ad alimentarsi bene e a muoversi per la città con intelligenza, per rendere un edificio efficiente e ben isolato, per risparmiare energia anche nelle abitudini quotidiane. Consistente risonanza e ampio profilo interdisciplinare ha avuto poi il convegno di venerdì 18 “Economia e sostenibilità: la chiave per lo sviluppo futuro”, un’occasione per confrontare le esperienze di Pubbliche

amministrazioni e aziende. Tra gli ospiti anche Vandana Shiva, la studiosa indiana che da anni si batte per sradicare i paradigmi dominanti nell’agricoltura e nell’alimentazione e che ha saputo abbozzare la sua nuova visione per lo sviluppo del pianeta. La stessa crisi globale, in questo senso, potrebbe trasformarsi in una grande occasione per “seminare ambiente”, con grande vantaggio anche dal punto di vista del benessere economico e sociale. Ad affermarlo è Lino Zanichelli, assessore regionale all’Ambiente e allo sviluppo

sostenibile.

**La crisi economica mondiale può diventare un’opportunità?**

“Sì, perché costringe ad alzare l’asticella delle risposte anche a livello locale. Con la green economy, per esempio. Facendo ricerca e innovazione sul piano dell’efficienza energetica, delle fonti rinnovabili, della mobilità sostenibile. Per questo abbiamo scelto di ‘seminare’ ambiente in tutti i settori e di far procedere di pari passo regole e incentivi. Sui rifiuti, sulle emissioni, sulla certificazione energetica degli edifici, tutti ambiti che



pagna regionale per 'contagiare' i cittadini con il libretto di istruzioni per diventare 'Consumatore Abile': perché limita il prelievo di risorse non rinnovabili ricorrendo a fonti rinnovabili; perché produce sempre meno rifiuti e promuove il riuso; perché utilizza tecnologie eco-efficienti e si "muove con la testa"; perché usa in modo oculato le proprie risorse economiche e solidarizza con il Sud del mondo. Perché abita, si nutre, si cura, si muove e si diverte in modo intelligente e in armonia con le comunità e con l'ambiente. Un cittadino in grado di presentarsi con le credenziali in ordine se si parla di sviluppo sostenibile, dunque, specie in vista dell'appuntamento di Copenhagen (7-18 dicembre) per la Conferenza delle Nazioni Unite sul clima.

I centri di gravità della due giorni sostenibile? Un po' tutto il centro storico del capoluogo felsineo, in particolare Sala Borsa, piazza Maggiore e piazza Nettuno. Cuore dell'iniziativa bolognese, la "staffetta alimentare a pedali" di sabato 19 organizzata con Uisp: galvanizzati dallo slogan "Io pedalo per Kyoto", volenterosi pedalatori hanno solcato la fitta rete regionale di piste ciclabili da Piacenza a Rimini per convergere in Piazza maggiore e collocare su una grande mappa della regione speciali bandierine a simbolo dei prodotti

agroalimentari tradizionali di qualità del proprio territorio. Un omaggio alla filiera corta, al cibo a 'km zero', alla tutela della biodiversità. E il filo rosso delle "due ruote ecologiche" ha caratterizzato l'essenza della kermesse anche nella declinazione moderna dello spinning: pedalando sul posto, numerosi partecipanti hanno "assemblato" un ideale viaggio verso Kyoto, un percorso virtuale lungo il quale si sono addentellate sequenze di istantanee dal mondo a formare un racconto collettivo fatto di strumenti, soluzioni, interviste, buone pratiche, progetti per fare realmente sviluppo sostenibile. Altro spazio ad alto contenuto evocativo, lo stand "Pedalando nel web", ovvero guadagnarsi col sudore la propria porzione di fabbisogno energetico: particolari bicigeneratori garantivano il funzionamento di alcune postazioni telematiche grazie alla trasformazione dell'energia cinetica in elettrica. Quel che si dice 'educazione ambientale'.

E siccome la manutenzione della bicicletta ha finito per diventare la metafora più intima della cura che va prestata nei gesti, nelle scelte, nella consapevolezza di ogni giorno, piazza Nettuno si è trasformata in un'originale Ciclofficina all'aperto dove fare un check gratuito del proprio mezzo – e una mar-



chiatura anti-furto – per poi ripartire di lancio. E se lo Urban Center della Sala Borsa ha amplificato la voce che coniuga progresso e ambiente con l'esposizione "Sostenibilità alla bolognese under 40" – mix di idee di architetti, ingegneri e progettisti – è stato il videobox di piazza Nettuno a raccogliere testimonianze di semplici cittadini che volevano recapitare un messaggio di sostenibilità.

"Pedalando per Kyoto" è stato realizzato nell'ambito del Programma generale di intervento 2009 della Regione Emilia-Romagna con l'utilizzo dei fondi del ministero dello Sviluppo economico e grazie al contributo di Hera, Enia, Aimag, Cosea, Legacoop, Coop Adriatica. Tra i tanti enti e associazioni coinvolte, Uisp, Fiab e Touring Club Italiano, Urban Center Bologna, Legambiente e Wwf, Cna Bologna, Confconsumatori e Federconsumatori, oltre a numerosi Centri di educazione ambientale che operano sul territorio emiliano-romagnolo ■

stimolano lo sviluppo di nuove tecnologie".

#### Il ruolo della Regione?

"Quello di fare sistema tra pubblico e privato, quello di coinvolgere da un lato le aziende con inediti vantaggi competitivi legati alle buone pratiche ambientali – penso alla certificazione Ecolabel, alla registrazione Emas o alle Dichiarazioni ambientali di prodotto – dall'altro i consumatori, i 'consumatori abili' che assumono un ruolo cruciale nell'orientare i modelli di produzione".

#### Da qui la nuova edizione della campagna regionale.

"Il motto di ConsumAbile è 'Impariamo a stare al mondo': un'esortazione che vogliamo legare in un

unico circuito al mondo delle imprese e delle organizzazioni con il Premio Emilia-Romagna Sostenibile, un riconoscimento alle buone pratiche sul territorio, un riconoscimento a quelle realtà che hanno saputo attivare in maniera non episodica innovazioni – siano esse di processo o di prodotto – con il tratto comune della sostenibilità. Sono questi i biglietti da visita con i quali ci presentiamo a Ecomondo 2009, questi gli elementi fondanti del patto che vogliamo rinnovare con tutti i nostri interlocutori: cittadini, mondo della produzione e istituzioni che mettono insieme gli sforzi per dare speranza e alternative concrete a quanti vogliono essere protagonisti di un futuro migliore" ■





di Giovanni Bertì

Si chiama amBiogas e nasce nei laboratori della Ambientalia di Toscanella di Dozza

# Dal rifiuto al compost, passando per l'energia

**U**n'altra azienda eccellente del comprensorio imolese ha scelto di approfittare dell'opportunità offerta dal Premio IPR. Si tratta di Ambientalia: sede a Toscanella di Dozza, ha partecipato al bando dell'Associazione Innovami per il sostegno a processi di brevettazione internazionale con un "digestore anaerobico a secco", vincendo il contributo in grado di coprire almeno la metà delle spese da sostenere per completare la procedura di brevettazione.

Dopo la lughese Unitech – la prima azienda romagnola a "brevettare con lo sconto" – il

Premio promosso dalla Fondazione Cassa di Risparmio di Imola in collaborazione con l'Associazione Innovami torna oltre il Santerno, per sostenere un'azienda, Ambientalia, che ha fatto della brevettazione la regola d'oro della propria politica aziendale. "È da quando siamo nati, dieci anni fa – spiega il presidente di Ambientalia Loris Bressan – che proponiamo sul mercato prodotti nuovi, dando la massima priorità alla brevettazione, che di solito precede la stessa fase di test sul campo".

Come dire, prima si brevetta, poi si vede se l'idea funziona.

Ambientalia, specializzata nel business dello smaltimento dei rifiuti – o, meglio, della loro "trasformazione" come alternativa all'accumulo in discarica – ha cominciato con un innovativo sistema di copertura dei rifiuti nelle stesse discariche tramite teloni in carbone, utile per evitare la diffusione di cattivi odori. "Di solito si usava la terra – spiega Bressan – con grandi problemi di volume occupato, di difficoltà di



gestione del percolato in caso di pioggia, ecc. Il nostro sistema 'allunga' la vita della discarica di almeno il 30%, e i teloni sono riutilizzabili per quasi un anno".

Dopo avere venduto questi teloni in tutta Italia e, in particolare, sul mercato francese, Ambientalia è passata alla progettazione di un innovativo coperchio per i cassonetti di organico. "Anche questi coperchi si basano sul principio dei filtri in carbone – osserva Bressan – ne abbiamo venduti 50mila solo a Torino, e poi sul Garda, in Sicilia". Tutta roba brevettata, "che prima non esisteva", insiste il presidente di Ambientalia, secondo il quale anche di questi tempi – soprattutto di questi tempi – l'innovazione continua sarebbe l'unico modo per restare competitivi in attesa di una (vera) ripresa.

Non che la crisi abbia pesato particolarmente sull'azienda di Toscanella: "Da dieci anni – rileva Bressan – spendiamo il 30% del nostro fatturato in ricerca. Si tratta

di costi enormi, per questo riteniamo importante che ci sia un sostegno da questo punto di vista". Ad essere finanziato grazie all'iniziativa di Innovami, è l'ultimo nato di casa Ambientalia, appunto, un impianto per il compostaggio in grado di produrre, in un unico ciclo, energia – sotto forma di biogas – e concime per l'agricoltura. "Il sistema – osserva Bressan – rappresenta un'evoluzione del nostro terzo prodotto di punta, cioè impianti per il solo compostaggio che abbiamo progettato prendendo spunto dai sistemi utilizzati negli Stati Uniti per la distribuzione del foraggio". Nella pratica si tratta di sacconi tubolari in polietilene riciclabile (Bio tunnel), lunghi decine di metri, dove il rifiuto organico, preventivamente triturato e vagliato, viene stoccato attraverso un sistema completamente automatico che comprende accorgimenti per il ricircolo dell'aria e per il risparmio energetico. "Fino a ieri – racconta Bressan – la produzione del compost si realizzava al coperto, in enormi capannoni

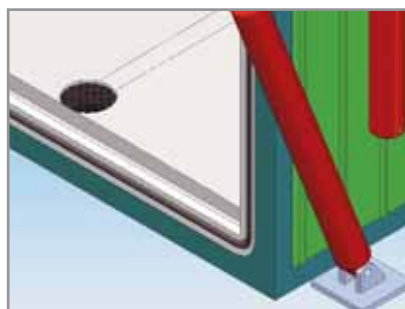
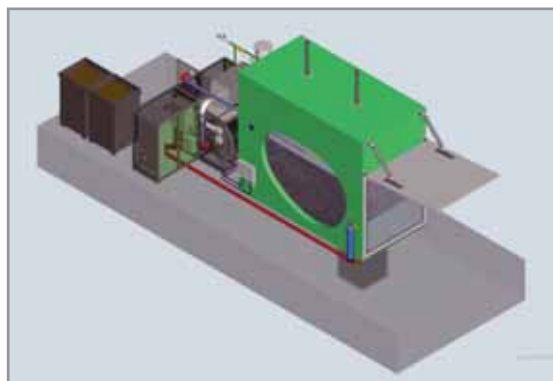
Innovazione e brevetti  
Un binomio vincente  
che ha permesso  
all'azienda di crescere  
di oltre il 30% l'anno

con impianti altrettanto complessi e costosi". Il sistema ideato da Ambientalia, invece, può essere sfruttato all'aperto e consente risparmi di energia nell'ordine del 90% (grazie al fatto che i Bio tunnel operano in modo indipendente, rendendo il ricircolo dell'aria meno complesso e costoso).

Dall'impianto di compostaggio – installato a Rovereto, in Trentino, ma anche nella vicina Ravenna – al digestore anaerobico, chiamato "amBiogas". La nuova tecnologia, presentata alla fiera Ecomondo di Rimini, sostituisce i tradizionali "fermentatori a liquido". Tre i vantaggi: primo, mentre si forma il compost, la parte superiore della camera di lavorazione – l'impianto si presenta come un grande parallelepipedo di cemento armato – si riempie di biogas. Da una tonnellata di rifiuto si ottengono da 150 a 180 normal metri cubi di biogas, a sua volta composto per il 50-60% da metano. Una volta raccolto tutto il biogas disponibile – un ciclo dura 35-40 giorni – si "inverte" il processo, e si produce il normale concime. "Il tutto senza dover spostare il compost, senza dover aprire la camera, ecc.". Il primo prototipo industriale è attualmente installato all'Istituto Agrario di San Michele all'Adige, in Trentino: "Nel nostro campo bisogna rispettare alla lettera le leggi, essere assolutamente sicuri che qualcosa funziona come ci si aspetta che funzioni", osserva Bressan, che ha anche brevettato un software per il monitoraggio in tempo reale delle performance dell'impianto, utile, ad esempio, per essere messo a disposizione degli enti di controllo. "Perché se qualcosa non va ti fanno chiudere da un giorno all'altro, e si rischia di avere denunce penali".

Ambientalia, che vanta attualmente un giro d'affari pari a 1,5 milioni di euro, è cresciuta negli ultimi dieci anni a ritmi del 30-40% l'anno. "Abbiamo assunto due persone anche ad agosto, e abbiamo intenzione di crescere ancora sia come personale sia come quota di mercato in Italia e all'estero". Perché in fondo, in tema di rifiuti, il vincolo territoriale non esiste: "Già il 20-

25% del nostro fatturato si sviluppa all'estero. Il problema della trasformazione dei rifiuti esiste ovunque, pur essendo fortemente dipendente dalle norme e dalle scelte politiche. L'importante è assicurarsi, prima di lanciare qualcosa sul mercato, che funzioni alla perfezione. Per quanto ci riguarda – conclude – cerchiamo di tutelarci sia dai problemi di funzionamento, investendo risorse enormi per la fase di test, sia dalla stessa evoluzione normativa, ideando sistemi che possano essere facilmente adeguati anche a un possibile cambiamento della legge". Un esempio? L'impianto di compostaggio installato a Ravenna, che a fronte di un limite di legge – in questo caso si parla di "indice respirometrico-dinamico" – massimo di 1.300, non supera i 7-800. Come dire, se anche un domani si abbassasse il tetto, pazienza ■



## IL BANDO

Premio IPR, iscrizioni aperte fino al 30 aprile 2010

# Imprenditori imolesi a caccia di brevetti

**U**n plafond di centomila euro, a disposizione delle imprese che decidono di avviare processi di brevettazione europea o internazionale. Li mette a disposizione la Fondazione Cassa di Risparmio di Imola, che organizza, in collaborazione con Innovami, il Premio IPR. Soggetti beneficiari, appunto, gli "inventori", sia persone fisiche che piccole imprese, fondazioni di ricerca, che potranno usufruire di contributi in grado di abbattere in modo significativo (almeno il 50%) le spese da sostenere per la brevettazione.

Un'iniziativa a forte vocazione territoriale – condizione per accedere al bando è la localizzazione dell'impresa, che deve trovarsi nei 19 Comuni del circondario imolese o nei 9 ad esso limitrofi – finalizzata a contrastare il pesante declino della brevettazione che ha coinvolto il nostro territorio negli ultimi 5 anni (solo in provincia di Bologna, il numero di brevetti è passato dai 900 del 2006 ai 790 del 2008 e ai 657 dei primi nove mesi di quest'anno) e a dare una risposta in chiave "anticiclica" incentivando l'innovazione, la brevettazione e quindi la competitività delle

imprese imolesi sul mercato italiano e internazionale.

Tra le condizioni per accedere al bando, oltre alla localizzazione dell'impresa, ci sono la dimensione della stessa – fatturato non superiore ai 50 milioni di euro – e il tipo di invenzione: ammesse invenzioni industriali e modelli di utilità (cioè le invenzioni "reali") mentre restano escluse forme varie di tutela e valorizzazione del patrimonio commerciale quali marchi e simili.

Il bando rimarrà aperto fino al 30 aprile 2010 e comunque fino a esaurimento dello stanziamento. Tra i criteri di valutazione per essere ammessi ai singoli contributi – dai 2 agli 8mila euro a seconda dei risultati conseguiti – ci sono la collaborazione con università o centri di ricerca nell'elaborazione dell'invenzione e il numero di settori a cui l'invenzione stessa è potenzialmente applicabile. Priorità in graduatoria – a parità di altre condizioni – a coloro che presentano domanda per primi. Il bando e la modulistica del Premio IPR sono disponibili sul sito di Innovami, alla pagina <http://www.innovami.it/ipr/premio-ipr> ■

Pubb



Al Macfrut, la proposta dell'assessore Rabboni per restituire competitività alla filiera

# Lanciato a Cesena il G 20 dell'ortofrutta

di Enrico Vincenzi

“Una tre giorni positiva” è il giudizio di Domenico Scarpellini, presidente di Macfrut, a conclusione dell'edizione 2009 della maggior rassegna del Mediterraneo, dedicata all'ortofrutticoltura che si è tenuta a Cesena a inizio ottobre. Con l'anteprima, del primo “European Fruit Summit”,

un incontro reso possibile dallo spostamento di data in autunno per valutare il consuntivo delle produzioni frutticole estive e il preventivo di quelle invernali. La produzione di frutta mondiale è in crescita con un più 17% dal 2000 ad oggi, mentre quella europea è in lieve ma costante calo passando da poco più di 70

milioni di tonnellate nel 2000 agli attuali 60 milioni di tonnellate.

In questo contesto l'Italia rappresenta il 30% del totale di frutta dell'Europa a 27, seguita dalla Spagna con il 25%, Francia 16% e Grecia con il 6%. Il comparto esce da una estate molto difficile in cui pesche e nettarine hanno subito gravi problemi di sovrapproduzione, non solo in Italia (oltre alla crisi delle fragole).

Per questo Tiberio Rabboni, assessore all'Agricoltura dell'Emilia-Romagna, ha lanciato un'idea su cui lavorare per il 2010: istituire a Macfrut un “G 20 dell'ortofrutta” che metta a confronto i Paesi produttori europei e del Mediterraneo e analizzi i punti di debolezza e di forza del



Restiamo primi in Europa ma, per la prima volta, importiamo più di quanto esportiamo



## LA STRATEGIA

Prevenzione del surplus produttivo, promozione del consumo, collaborazione tra produttori e con la Gdo. Queste le priorità indicate dalla Regione

## “La dimensione nazionale non basta più”

▲ Dare vita a un sorta di G 20 del comparto frutticolo, perché siamo in un mercato globale e la sola dimensione nazionale non basta più ad affrontare i gravi problemi del settore. Lo conferma anche questo difficile 2009 in cui il surplus della produzione ha fatto crollare i prezzi in tutti i Paesi europei.” È la proposta lanciata a Cesena, alla vigilia del Macfrut, dall'assessore regionale all'Agricoltura Tiberio Rabboni che ha aperto i lavori del primo “European Fruit Summit”. Organizzato dal Centro Servizi Ortofrutticolo, dal Macfrut e dalla stessa Regione, l'incontro ha visto la partecipazione di centinaia di operatori del settore in rappresentanza di oltre 30 Paesi. “È necessario affrontare problemi che sono comuni a tutta l'area mediterranea ed europea alla scala giusta – ha spiegato Rabboni – per questo credo che l'appuntamento odierno potrebbe diventare stabile ed annuale e trasformarsi in una proficua occasione di confronto per tutti gli operatori del settore. Se ciò avvenisse saremmo lieti di mettere a disposizione l'ospitalità e le strutture della Regione stessa e del Macfrut”.

Tre per Rabboni le questioni più urgenti da affrontare: la necessità di prevenire il surplus produttivo e commerciale, causa prima del crollo dei prezzi con cui anche quest'anno hanno dovuto fare i conti gli operatori della frutta; mettere in campo una strategia comune del mondo produttivo nei confronti della grande distribuzione organizzata europea e internazionale; collaborare insieme – produttori e istituzioni – per promuovere nei cittadini un maggiore consumo di frutta nella dieta quotidiana. Nel suo intervento Rabboni ha ricordato che le difficoltà del 2009 potrebbero continuare anche nel 2010, anno in cui tra l'altro si aprirà l'area del libero scambio tra l'Europa e i Paesi del nord Africa. “È interesse di tutti tentare di governare l'offerta – ha sottolineato l'assessore – non certo per distorcere la concorrenza, ma al contrario per porla su basi di correttezza e di effettivo rispetto dei valori in campo, evitando crisi come quella di quest'anno, che possono mettere a rischio l'esistenza di un intero comparto produttivo” ■



sistema ortofrutticolo. Ma in Italia ci sono anche altre "ombre". Da gennaio a giugno 2009, per la prima volta, il saldo della bilancia commerciale ortofrutticola italiana in quantità è negativo (meno 238.027 t.), dovute all'export di 1.608.883 t. (meno 11,7% sui primi 6 mesi del 2008) e all'import di 1.846.910 t. (più 14,1%).

Nell'analogo periodo 2008 il saldo in quantità fu positivo di 203.834 tonnellate. Le famiglie italiane nei primi 7 mesi del 2009 hanno speso

per frutta e verdura fresche oltre 8,2 miliardi di euro (più 3,8% sui 7,9 del 2008, pari a 4.868.000 t., più 1,07% sul 2008) e 420,4 milioni di euro per i surgelati. È però preoccupante il calo dell'acquisto medio: 5 chili in meno per famiglia, con 213 kg/nucleo (meno 2,29% sui 218 kg del 2008), determinando una spesa media stabile: 362 euro contro 361 del 2008, considerando l'aumento del prezzo medio del 2,4%. Il dato, elaborato dall'Osservatorio dei Consumi Ortofrutticoli delle Famiglie

Italiane di Macfrut, evidenzia anche un incremento delle famiglie acquisite che raggiungono il 99,9% del totale (più 3,6% sul 2008).

Calo dei prezzi e dell'export, aumento dei volumi prodotti e calo dei consumi sono le cause di una crisi che, però, non interessa solo l'Italia. "Sono problemi che riguardano anche Francia e Spagna", ha spiegato Luca Zaia, ministro delle Politiche Agricole, intervenendo all'inaugurazione. Zaia ha sottolineato che "l'agricoltore è un imprenditore e che il confronto con il mercato non può essere fatto in ordine sparso. Occorre rivedere le regole dell'Ocm che prevedono anche il ritiro in caso di crisi, rendendole più flessibili". Il ministro sta "ragionando" sulla compartecipazione dei produttori alla formazione dei prezzi mentre lamenta la mancanza di interprofessionalità.

A Macfrut si sono visti anche rimedi concreti al calo dei consumi, ovvero nuovi modi di assumere frutta. Chiquita e Dimmidisi hanno proposto frullati al 100% di frutta, subito battezzati dai visitatori "Frutta da bere", che evita di sporcarsi le mani e si può assumere in ogni momento e situazione. È apparsa anche la barretta di mela Chini, per uno snack senza aggiunte e consumabile ovunque, subito definita "frutta da sgranocchiare".

A proposito di rimedi, la Gdo ha sottolineato la necessità di promuovere azioni comuni. Molto apprezzata la convegnistica, con relatori qualificati dei vari settori della filiera che hanno lanciato messaggi innovativi, mettendo in risalto gli aspetti economici e organizzativi, ma anche quelli della salute e dell'ambiente. A "Macfrut" ha fatto tappa il progetto "Deliziano" con business meeting tra 25 buyer provenienti da paesi europei e imprese regionali del settore ■

## L'ANALISI

### Il bilancio di Domenico Scarpellini, presidente di Cesena Fiera "Per reagire il settore deve fare sistema, coinvolgendo anche il consumatore"

Per la prima volta, Macfrut si è tenuta in autunno. Un cambio di data che ha "rinvigorito" la rassegna, a cui hanno partecipato 700 espositori (di cui il 20% esteri).

"Abbiamo avuto circa 21.500 visitatori, dei quali circa 4mila esteri – sottolinea il presidente di Cesena Fiera, Domenico Scarpellini – l'azione comune del nostro ufficio estero, dell'Ice, della Regione Emilia-Romagna e della Camera di commercio hanno reso possibile la provenienza di operatori e delegazioni da 80 Paesi.

Sono stati realizzati 300 incontri bilaterali B2B. Inoltre la presenza di importanti buyers della Gdo ha elevato il livello degli incontri commerciali". Una conferma, dunque, per Macfrut quale punto di riferimento a livello internazionale per l'intera filiera, con la partecipazione delle aziende leader mondiali dei vari comparti. Per la prima volta ha esposto la grande distribuzione organizzata, con Coop Italia (ha tenuto a Macfrut la Convention Europea) e Conad, oltre a una multinazionale di rilievo come Chiquita.

"In funzione della crisi nazionale e mondiale possiamo ritenere questa edizione una delle più ricche – conclude Scarpellini – che ha dato un messaggio forte per l'ortofrutticoltura e che deve essere un settore più coeso del passato per essere fra i primi settori a venire fuori. Occorre reagire alla crisi confrontandosi fra tutte le componenti della filiera, compreso

il consumatore, per fare sistema. A Macfrut si sono potuti analizzare i punti di debolezza e individuare proposte alternative, come ad esempio l'innovazione del prodotto, l'interprofessionalità, la concentrazione dell'offerta, una politica europea, per poter essere più competitivi sul mercato".

Un'edizione, quella del 2009, che ha visto un grande contributo da parte della Camera di commercio di Forlì-Cesena, che ha messo a disposizione risorse sia per la convegnistica sia per favorire la presenza di delegazioni internazionali. Importanti i business meeting dedicati ai 400 operatori professionali provenienti da 26 paesi. La stessa Camera è stata presente in fiera con uno stand. "Qualità e innovazione – ha dichiarato il presidente Tiziano Alessandrini – ma anche durata esperienza e conoscenze acquisite nel tempo, contraddistinguono questo particolare settore che ha nel Macfrut uno dei momenti più significativi".

Tra i riconoscimenti assegnati in fiera, da ricordare il tradizionale Premio Macfrut – un riconoscimento alle personalità che si sono attivamente spese per la promozione del comparto agricolo – assegnato quest'anno a Luciano Castrucci, dal 1979 al 1989 Segretario Generale della Camera di commercio di Forlì-Cesena, e da sempre in prima linea per lo sviluppo del settore. Novità di quest'ultima edizione è stato invece il riconoscimento "Macfrut – Premio Innovazione tecnologica". Il primo premio è andato a Unitec (Lugo), che ha preceduto Miele (Arezzo), TR di Turoni (Forlì) e Tiber Pack (Arezzo) ■



Pubb



di Rossella Pressi

Da San Lazzaro di Savena le borse "su misura" che si ispirano alle vecchie pubblicità

# Recuperare, personalizzare Il segreto di Momaboma



Ogni prodotto è per definizione "unico", e realizzato con materiali interamente riciclati

**P**arte da lontano l'idea che ha fatto nascere le Momaboma, le borse che sembrano "fatte con i giornali" e che vengono ideate, progettate e interamente realizzate a San Lazzaro di Savena, alle porte di Bologna. Un prodotto realmente Made in Italy che, partito inconsapevolmente nel 2003 dall'India, sta timidamente conquistando tutto il mondo.

"La prima borsa che ho realizzato l'ho fatta con un sacco di cemento vuoto, bagnato e abbandonato sul ciglio di una strada dell'India", spiega Maurizio Longati, architetto (di legno, come si definisce lui stesso) e titolare di Momaboma. "Volevo portare un souvenir originale alla mia compagna e non immaginavo che sarebbe stato apprezzato e avrebbe rappresentato l'inizio di un vero e proprio business. In questo senso mi sento un po' un miracolato". Oggi Momaboma produce 25mila pezzi all'anno, fattura 2 milioni di euro e si avvale di sette collaboratori interni più un'altra ventina sparsa nei diversi laboratori nei quali si svolgono alcune parti

della lavorazione. In sede viene infatti realizzato solo il primo campione. "Tagliamo, disegniamo e cuciamo tutto a mano", spiega orgoglioso il titolare. Poi si procede con la lavorazione. Nel 2004 tutti i materiali sono stati brevettati così come i modelli di borse che sono da allora classificati come "modelli ornamentali".

Le Momaboma, che riproducono modelli blasonati sdrammatizzandoli, vengono realizzate interamente con materiali di recupero. Per esempio il 90% dei materiali utilizzati è rappresentato da "reclame" di vecchie riviste, recuperate o dalle cantine e dalle collezioni di Longati e del suo staff o ancora da mercatini e collezionisti sparsi in tutta Italia. "Oggi - rivela il titolare - disponiamo di un magazzino di circa 45mila riviste e 25mila quotidiani". Ognuno di questi viene sfogliato e ne viene attentamente ritagliata la pubblicità che poi è catalogata per lustri. "I periodi di cinque anni - spiega ancora Longati - non sono scelti a caso. Permettono a noi di non fare salti temporali che rischierebbero di inquinare il messaggio della pubblicità, e a chi possiede la borsa di respirare veramente l'atmosfera trasmessa dalle pubblicità di quel particolare periodo". Sono proprio le varie pubblicità che sono sulle borse, a "formarne il carattere". Un carattere che è unico per ogni borsa perché non ne esiste una uguale all'altra. Chi possiede una Momaboma non potrà mai incontrare nessuno che ha la stessa borsa al braccio. "In questo senso - spiega Longati - Momaboma è una filosofia che sfocia nell'emozionale". Un emozionale che risente della crisi economia generale o riesce a rimanerne fuori? "In realtà fino ad ora siamo in crescita - ammette Longati - ma è anche vero che noi viviamo di piccoli numeri e probabilmente quel-



lo che sta succedendo è che stiamo attraversando la crisi passandoci in mezzo". Una tendenza che si riflette anche sulle collezioni. "La mia ispirazione è la vita reale - spiega - quello che succede e quello che vedo tutti i giorni. Per esempio, ho notato che si vedono sempre di più automobili bianche mentre in passato erano più che altro argentate o colorate. Ho approfondito la cosa e a quanto pare il bianco ha la caratteristica di trasmettere sicurezza alle persone. Ho preso spunto da questo particolare e così la collezione primavera/estate 2010 sarà integralmente ricoperta da una patina bianca. Quella che io chiamo patina di sicurezza". Nel frattempo la collezione invernale si affaccia ai negozi: 300 in Italia e uno show room in Spagna che rappresenta il primo passo verso l'estero. Le borse per l'autunno-inverno 2009-2010 sono tutte "sporcate" con il bitume giudaico dal colore caldo, abbinato a ritagli di giubbotti da motociclista rossi e color cioccolato che ammiccano anche al fumetto vietato ai minori. Beato chi se l'aggiudicherà ■



Pubb

di Giorgia Mazzotti

Compie trent'anni la Beghelli di Monteveglio. Crescono ancora fatturato e utili

# Costruire un impero a colpi di idee



**L'**ultima trovata si chiama Pianeta Sole Life ed è un pannello solare con un'efficienza di conversione delle celle superiore di oltre un terzo a quelli finora in uso, con l'obiettivo di trasformare ogni abitazione in un centro di produzione di energia. Si tratterà, comunque, solo della voce

rispetto agli 83,5 dello stesso semestre 2008 (meno 18,3%). Poi ci sono gli investimenti a lungo termine, come con il progetto "Un mondo di luce a costo zero", che comporta un esborso iniziale notevole. Beghelli si impegna a dotare le aziende di illuminazione e impiantistica elettrica a consumi ridotti senza spese per il

cliente, perché il servizio si ripaga nei successivi otto anni con una quota del risparmio generato sul canone. Così, mentre un prodotto cala, un altro cresce e tanti ancora sono studiati dal settore Ricerca e sviluppo, su cui nell'ultimo anno sono stati investiti 6,6 milioni di euro. Alla fine i conti tornano: il primo semestre di

Tante le novità in catalogo, tutte coperte da brevetto internazionale

numero 10.023 del catalogo dei prodotti del gruppo Beghelli. E proprio nelle idee, tutte coperte da brevetti internazionali, che è da ricercare la formula vincente della storia di un'azienda emiliana, che in una trentina d'anni è riuscita a sostenere gli alti e bassi del

mercato continuando a espandersi dentro e fuori dai confini nazionali. Le flessioni non mancano, come quella delle vendite nel settore dell'illuminazione d'emergenza e ordinaria, che nel primo semestre 2009 sono calate del 18,3 per cento, con un fatturato di 68,2 milioni di euro,



## IL PROGETTO



### Si chiama "Pianeta Sole Life" l'ultima trovata dell'azienda di Monteveglio E nel 2010 arriva il micro-pannello fotovoltaico

**P**ianeta Sole Life è l'ultimo prodotto che la Beghelli si prepara a lanciare nel 2010. Si tratta di pannelli fotovoltaici con dimensioni tre volte ridotte a parità di potenza, basati sulla scoperta del premio Nobel per la fisica Zhores Alferov. L'idea di Alferov risale alla fine degli anni '50, sperimentata sui satelliti russi Sputnik. Solo ora, però, i grandi passi avanti nella microelettronica avrebbero permesso il miglioramento dei parametri di produzione delle celle solari che, già applicati all'ingegneria aerospaziale, possono avere un effettivo

impiego in ambito terrestre. Ed è Alferov ad affermare: "Le celle solari di nuovo tipo consentono di superare la soglia del 38% di efficienza, con l'obiettivo di raggiungere il 55% nell'immediato futuro". Le celle sono a tripla giunzione a base di gallio, germanio e indio. Occupano ciascuna un quadratino di 3 millimetri contro i 110 mm di quelle a silicio cristallino. Ogni modulo fotovoltaico di questo genere promette una potenza di 150 Watt racchiusa in meno di un metro quadro con un peso inferiore ai 30 chili ■



quest'anno si è chiuso con un utile netto consolidato di 4,1 milioni di euro rispetto ai 3,9 milioni al 30 giugno 2008 (più 3,2%). Ma come nasce un'azienda capace di trasformare l'emergenza in valori solidi e consolidati? La storia della Beghelli è quella di un imprenditore nostrano con il pallino dell'elettronica e la capacità di anticipare i bisogni del mercato sfruttando al massimo le tecnologie di volta in volta a disposizione.

Tutto comincia alla fine degli anni Settanta quando Gian Pietro Beghelli ha l'intuizione di trasformare comuni lampade portatili in lampade ricaricabili per affrontare il black-out della grande nevicata e poi, due anni dopo, in soccorso ai terremotati dell'Irpinia. È con queste iniziative che Beghelli fa cassa per comprare la prima macchina per realizzare gli stampi e, soprattutto, capisce che c'è davvero un mercato per le sue idee. Sono appena iniziati gli anni '80 quando, in un appartamento sfitto di un amico a Savigno, comincia a fabbricare prodotti. Un'intuizione s'impone dietro l'altra portando – nel 1982 – alla fondazione della G.P.B. Beghelli srl a Monteveglio: si spazia dalle lampade Maya (1985) e Buon Viaggio (1991) che si ricarica in auto con l'accendisigari a quelle Salvalavita (1989) e Notturna (1990) fino al Gas System (1994) e alla Candela Elettronica (1995) o all'antifurto con telecomando Altolà (1998). Nel 1993 viene lanciato il Telesalvalavita e il settore della tele-assistenza diventa la nuova frontiera. Del 1999 l'ingresso nel settore dell'illuminazione a risparmio energetico. Il 2001 vede il rafforzamento del gruppo nel settore della domotica con sistemi di automazione per aumentare la sicurezza dell'ambiente domestico (Intelligent Beghelli, Famiglia Sicura) ma anche di quello lavorativo (Tabaccheria Sicura, Negozio Sicuro). Del 2007 il debutto nel fotovoltaico con Pianeta Sole.

Il tempo muta la geografia imprenditoriale e gli assetti societari ampliando sempre più i confini d'azione. Nel 2004, mentre la Cina fa gridare all'allarme a tante imprese, Beghelli acquisisce il 60% della società Jiangsu Shifute Lighting Equipment,



## LA STORIA

Gian Pietro Beghelli, che ha saputo vedere un'opportunità in una lampada "a pila"

# Quella grande nevicata del 1978

La storia di Beghelli è imperniata sulle idee tirate fuori al momento giusto. Il luogo di nascita è lo stesso per fondatore e società: Monteveglio, un paese di 5mila abitanti sulle colline di Bologna. Figlio del barbiere del paese, Gian Pietro Beghelli inizia già ragazzino ad aiutare il padre in bottega, poi – a 17 anni – viene assunto dalla Ducati elettronica, a Bologna, dove diventa capomensa. La sua passione è già tutta per i dispositivi elettronici e così spesso ha l'incarico da parte della Ducati di consegnare a Monteveglio schede e componenti. Il servizio extra gli consente di risparmiare i soldi della corriera che usa per andare al lavoro. Pian piano, poi, l'impegno di questo indotto diventa sempre maggiore e il giovane finisce per coinvolgere anche i familiari: la mamma, la zia e la fidanzata Marisa che diventerà poi sua moglie. Beghelli decide quindi di aprire una piccola impresa di prodotti elettronici artigianali, ma il lavoro sicuro resta un valore indiscusso. E quando vince un concorso alle Poste, Gian Pietro accetta l'incarico e per più di sei anni è in

servizio effettivo a Bologna, a consegnare buste e missive nei quartieri Saragozza e Mazzini. La Ducati è ancora una presenza forte tra i clienti del lavoro da terzista della piccola impresa artigiana, ma alla fine degli anni '70 entra in crisi.

Quello che sembra un problema, diventa uno stimolo a puntare di più sulla propria inventiva. È l'inverno del 1978 quando la grande nevicata sulle colline di Bologna fa saltare la luce per giorni e in giro non si trova più neanche una candela. Nel buio di quell'emergenza un'idea folgora la mente di Gian Pietro Beghelli. Ordina da Hong Kong mille lampade a pila, le svuota e ci mette un circuito per renderle ricaricabili. "In tre giorni – ricorda – erano tutte vendute". L'exploit si ripete nel 1980, quando c'è il terremoto in Irpinia. Le lampade d'emergenza ricaricabili si confermano un successo. Nel 1982 viene fondata a Monteveglio la G.P.B. Beghelli srl con la quale inizia la produzione delle prime lampade da sfoderare al momento del bisogno. E l'azienda diventa leader nazionale nel settore dell'illuminazione d'emergenza ■

che produce apparecchi d'illuminazione. Nel 2007, l'operazione si conclude con l'acquisto del residuo 40%. Oggi Beghelli Cina ha sede a Jiangsu, sulla costa orientale cinese, e può contare su un migliaio di dipendenti tra operai, ingegneri e addetti commerciali e una rete di vendita con oltre 20 uffici e 300 rivenditori autorizzati. Oltre alla Cina, ci sono molte altre acquisizioni internazionali: del 1999 quella di Elplast, società della Repubblica Ceca che opera nell'ambito dello sviluppo e della produzione di apparecchi di illuminazione. Nel 2000 l'acquisizione della Luxnet, azienda canadese che fabbrica e distribuisce

apparecchi di illuminazione d'emergenza, poi trasformata in Beghelli Canada. Sempre del 2000 l'acquisizione di Praeliosa, società tedesca che produce sistemi centralizzati d'emergenza in un mercato dove la sensibilità per il risparmio energetico è tanto sviluppata.

I confini si espandono anche a livello personale. All'inizio, ad affiancare Gian Pietro, entrano i figli Luca e Graziano. Alla fine del 2005 fa il suo ingresso anche Maurizio e – nel 2006 – il padre cede a ognuno dei tre il 5% delle sue quote. Il 58% del capitale resta al fondatore e presidente della società, ma c'è il 15% già in mano alla seconda generazione ■

In alto,  
Gian Pietro Beghelli  
con i figli

Pubb

# Strumenti senza frontiere per il business

In Emilia-Romagna, un insieme di strutture e professionalità all'avanguardia può diventare catalizzatore di nuove iniziative a servizio del tessuto imprenditoriale per agganciare la ripresa dell'economia

In questa fase di crisi profonda e diffusa dell'economia mondiale, il settore fieristico resta uno strumento indispensabile per le imprese alla ricerca di nuovi sbocchi. Le fiere hanno accompagnato l'evoluzione verso l'economia di mercato e ancora oggi non è stato ancora trovato nulla di più efficace per concentrare fisicamente, in uno stesso luogo e per un periodo definito, domanda ed offerta. Lo strumento fieristico è ancora il mezzo di comunicazione commerciale più utilizzato in Europa ed il mercato italiano è il secondo al mondo dopo quello tedesco.

Come emerge da un recente dossier dell'Aefi, l'associazione degli enti fieristici italiani, dalla consapevolezza del proprio ruolo di promozione dell'economia, le fiere

stanno cercando di adeguare le strategie ai cambiamenti strutturali. La strada, ribadita dallo studio dell'Aefi, è di ripensare gli eventi investendo nelle idee per creare nuove opportunità per il pubblico e soprattutto le imprese, a cui offrire spazi e servizi a prezzi competitivi.

Su questo percorso si è già avviata l'Emilia-Romagna. Qui il sistema fieristico ed anche quello congressuale, che ne condivide in parte aspetti e caratteristiche, hanno raggiunto uno standard di qualità e creatività tale da rappresentare un importante strumento per le imprese, ma anche una componente attrattiva per la valorizzazione del territorio dal punto di vista culturale, turistico ed economico.

## Cesena Fiera, gli eventi passano da qui

Cesena Fiera è caratterizzata da padiglioni modulari che offrono fino a 30mila metri quadri di superficie espositiva. Uno dei punti qualificanti è il Centro Congressi, che si presenta come struttura autonoma, ma può essere anche integrato con tutta (o parte) della superficie degli stessi padiglioni espositivi.

Se Cesena ha conquistato una sua specifica collocazione nello scenario nazionale e nell'area del Mediterraneo anche grazie ad un polo fieristico con una sua indubbia specificità (si pensi a Macfrut), il Centro Congressi è un ulteriore valore aggiunto. Offre infatti tre sale convegni di diversa capienza (da 50 a oltre 450 posti), attrezzate con le più avanzate tecnologie (traduzioni simultanee, internet, wi fi, videoconferenza) e consente di attivare servizi che vanno dal bar alla ristorazione (ristorante o buffet). Dispone di un ampio parcheggio gratuito e dell'accesso a persone svantaggiate. Inoltre può avvalersi di alcune salette e di spazi modulari da utilizzare per ulteriori suddivisioni dei partecipanti ad un incontro in commissioni, seminari e gruppi di lavoro.

Il Centro Congressi di Cesena Fiera è lo spazio ideale per ospitare eventi di ogni genere, dalle conferenze stampa ai meeting, ai convegni nazionali e internazionali.

Riguardo alla capacità operativa del Centro Congressi (inaugurato nel 2007), assai numerose sono le testimonianze di enti, associazioni, amministrazioni pubbliche, imprese e gruppi di operatori che ne hanno utilizzato le sale e i servizi. Inoltre, c'è la costante e importante attività fieristica che vedrà a fine 2009 realizzare una trentina di rassegne, fra quelle organizzate da Cesena Fiera a quelle di privati, che spaziano da Arredo e Complementi (l'appuntamento mensile con C'era una volta

l'antiquariato, Arredo Casa), Ambiente e alimentazione (Cesena a Tavola, AgroFer), Collezionismo e Sport (Market Retro, Ruotando), Natura e Fauna (Internazionale ornitologica, Cinofila), Spettacoli e Tradizione (Cesena in Fiera, Sagra del Minatore), Agricoltura (Ortomac, Macfrut).

Macfrut, è diventata il fiore all'occhiello che ha sempre più qualificato Cesena Fiera e la stessa città di Cesena come polo internazionale dell'ortofrutticoltura.

Una conferma si è avuta ad inizio ottobre con la prima edizione autunnale di Macfrut, "rafforzato" ancora dai numeri: 700 espositori (di cui 20% esteri), su 30mila mq. Dei 21.500 visitatori, circa 4.000 provenivano da 80 Paesi. Sono stati realizzati circa 300 incontri bilaterali B2B. La presenza di importanti buyer della GDO ha elevato inoltre il livello degli incontri commerciali con soddisfazione degli espositori.





Pubb

## Neri Catering, menu e servizio su misura

**S**a interpretare con creatività, qualità e fantasia, il momento della pausa durante incontri di lavoro e formazione, congressi o per la conclusione di eventi. Neri Catering è nata nel 1930 come pasticceria artigianale con una produzione di eccellenza attraverso un'attenta selezione di materie prime che ancora la distingue nel panorama bolognese, ma è cresciuta specializzandosi anche nell'organizzazione a 360 gradi di servizi di rinfresco per le aziende. Oggi Neri Catering propone servizi sempre originali con l'alta professionalità e l'esperienza di uno staff selezionato e preparato ed attrezzature moderne e all'avanguardia.



Dalla sua sede di Bologna in via Saragozza, Neri Catering opera su tutto il territorio provinciale ed anche in regione per trovare soluzioni e dare risposte ad una clientela diversificata per stili, gusti ed esigenze a seconda dei contesti.

Neri Catering mette a disposizione i propri servizi, sempre originali, per convention e incontri aziendali, cene di gala, colazioni di lavoro, lunch, coffe break, brunch, ricevimenti, meeting, congressi, inaugurazioni, buffet per cerimonie, open bar stand fieristici.

"Cerchiamo di proporre un servizio sempre più specializzato e su misura - spiega il titolare, Mirko Neri - senza perdere di vista il rapporto qualità prezzo, che è un nostro punto di forza. Per venire incontro alle esigenze del cliente, offriamo anche la possibilità di richiedere un preventivo gratuito telefonando oppure compilando un form sul nostro sito internet dove è possibile consultare e scegliere i diversi tipi di menu studiati per le varie tipologie di eventi".

Neri catering può fornire anche il servizio open bar completo con camerieri ed attrezzature o la fornitura giornaliera di solo cibo con consegna da parte dei suoi autisti.

"Una novità importante - aggiunge Mirko Neri - è l'offerta anche alle aziende che espongono in fiera le quali possono affidarsi a noi per un servizio completo "chiavi in mano" nell'organizzazione di eventi conviviali durante le manifestazioni".

**Neri Catering via Saragozza 81 Bologna**

tel. 051 6446606 Cell. 348 3396189

[www.nericatering.it](http://www.nericatering.it)

## Centro Congressi SGR, uno spazio in movimento

**A**pochi passi dal mare e dal centro storico di Rimini, il Centro Congressi SGR ([www.centrocongressisgr.it](http://www.centrocongressisgr.it)) è una struttura polifunzionale moderna e dinamica, dotata di ampi spazi modulari per ospitare qualsiasi tipologia di evento.

Costola del Gruppo Società Gas Rimini che da oltre 50 anni opera al servizio del cittadino, il Centro Congressi SGR si sviluppa su 1500 mq, è dotato di sei sale meeting con luce naturale e capienza massima di 250 persone per singola sala, spazi espositivi a geometria variabile, ampio parcheggio riservato, bar interno e ristorante interno, caratterizzato da una suggestiva e panoramica vista sul mare, ideale per colazioni di lavoro, pranzi, rinfreschi, cene di gala.

Le migliori tecnologie congressuali e l'assistenza di personale altamente qualificato offrono la possibilità di organizzare, personalizzandole, le più svariate occasioni di incontro quali meeting, convegni, corsi didattici, esposizioni, ma anche di trovare soluzioni post congressuali capaci di soddisfare diversi target di interesse dal divertimento,

alla cultura, dal benessere, allo sport.

Il Centro Congressi SGR si propone, infatti, come interlocutore unico, in grado di offrire servizi integrati come segreteria organizzativa pre e post congressuale, comunicazione, sistemazione alberghiera, interpretariato, hostess, security, ufficio stampa.

Con aziende private, ordini professionali, enti pubblici locali e alcune facoltà universitarie (medicina e chirurgia ha eletto il Centro Congressi sede di riferimento per l'attività didattica), negli ultimi due anni, l'attività del Centro Congressi è cresciuta in maniera esponenziale, accogliendo una clientela variegata. La struttura ospita mediamente n. 80 incontri al mese da un minimo di 50 ad un massimo di 400 persone. Questa media è il risultato di una politica commerciale che, oltre a fornire un servizio di assistenza costante e professionale in tutte le fasi dell'organizzazione e suggerire soluzioni ottimali per un evento di successo, è attenta all'esigenze di budget del Cliente e lo assiste nella sua elaborazione.

Obiettivo per il 2010? Diffondere su tutto il territorio nazionale un marchio che ha segnato la storia di quello romagnolo in termini di affidabilità ed eccellenza nei servizi.

**Centro Congressi SGR - Via Chiabrera 34/b - 47900 Rimini**

Tel.0541-303030-303193 - fax 0541-303063

email:[info@sgrservizi.com](mailto:info@sgrservizi.com)



Pubb



## Rimini Fiera verso nuovi traguardi

**R**ilancia ed investe su nuovi progetti Rimini Fiera che nel giugno 2010 ospiterà la prima edizione di Packology, la fiera del packaging dei costruttori italiani. L'esposizione, riservata agli operatori, a periodicità triennale, è il frutto della partnership tra l'Unione Costruttori Italiani Macchine Automatiche (UCIMA) e Rimini Fiera Spa.

Packology proporrà la produzione industriale del sistema del packaging che in Italia è fortemente orientato all'export, mettendo in risalto eccellenze tecnologiche e di innovazione. Packology è un progetto fortemente voluto da UCIMA, l'associazione leader di settore nel mondo, insieme a Rimini Fiera, il terzo quartiere fieristico italiano, che ha stanziato un budget di promozione di circa un milione di euro per questa nuova manifestazione.

"La nascita di un nuovo progetto fieristico – dice Lorenzo Cagnoni, presidente di Rimini Fiera Spa – in un momento di generale difficoltà per l'industria mondiale, è una risposta concreta alla domanda di ripresa. Siamo consci delle difficoltà che

incontreremo, in un contesto competitivo ed aggressivo. Il nostro compito, però, è di cogliere le occasioni e con le giuste precauzioni investire sullo sviluppo. Si sono incontrati il desiderio di UCIMA di avere un prodotto fieristico ritagliato esattamente sulle necessità dell'industria del packaging e la nostra disponibilità a consolidare una filiera espositiva già solida e speriamo ancor più appetibile".

Per Rimini Fiera è una sfida ambiziosa che può avere ancora successo. Basta pensare agli eventi che hanno debuttato nel 2009: White and Blue, che ha riportato Rimini Fiera nel settore della nautica con elementi di prestigio e qualità, e Technodomus, il salone delle tecnologie per la lavorazione del legno e componenti per l'edilizia.

Rimini Fiera in queste scelte può contare sull'indiscutibile appeal del quartiere fieristico (per il quale rappresenta un plus la facile raggiungibilità con stazione ferroviaria interna di linea, terminal bus ed elisuperficie) e l'attrattività del territorio che, insieme alla competenza organizzativa diretta, alla leadership nelle filiere fieristiche di riferimento, alla visibilità internazionale, è tra le carte più solide.

Rimini Fiera, la cui organizzazione commerciale è articolata in tre business unit, ha in calendario 37 eventi, di cui 11 internazionali ed è titolare della quasi totalità delle manifestazioni in portafoglio.

Oltre a nuovi prodotti, Rimini Fiera non manca di arricchire marchi consolidati. E' il caso del Sigep, manifestazione leader nel mondo per il dolciario artigianale (dal 23 al 27 gennaio 2010), che presenterà la novità di un market place, una piattaforma virtuale di incontri di affari. Un mese dopo (dal 21 al 24 febbraio), un nome unico "Sapore" riunirà sotto un cappello espositivo inedito un format che riunirà le storiche Mia (al quarantennale), Mse, Divino Lounge, Oro Giallo e Pianeta Birra Beverage & Co. Tante poi le novità in preparazione per l'appuntamento di riferimento per il mondo food&beverage.



## Fiera di Forlì, innovazione tecnologica e attenzione all'ambiente

**U**na vera e propria centrale elettrica capace di produrre 600.000 kWh di energia all'anno, grazie alla presenza di un sistema inverter che trasforma energia continua in corrente alternata. L'impianto fotovoltaico a servizio della Fiera di Forlì, è un caso esemplare di tecnologia e di attenzione all'ambiente che assicura alla struttura l'autoproduzione di circa il 75% di quanto consuma in un anno. In questo modo i padiglioni del quartiere fieristico potranno autoalimentare la fornitura di corrente per l'impianto elettrico, per il riscaldamento ed il condizionamento dei locali.

L'impianto fotovoltaico della Fiera di Forlì è stato realizzato dalla forlivese CCLG, azienda di lunga esperienza nelle soluzioni per la produzione di energia che attraverso la propria divisione Energy si occupa di sistemi fotovoltaici. Strategico anche il supporto di BIIS-Banca Infrastrutture Innovazione e Sviluppo, la banca del Gruppo Intesa Sanpaolo dedicata al Public Finance in grado di servire a 360° tutti gli attori che intervengono nella spesa pubblica, nello sviluppo delle infrastrutture e nel miglioramento dei servizi di pubblica utilità.

L'Ente Fiera ha potuto usufruire di una tecnica di finanziamento – il leasing su costruendo – completa ed innovativa per questo settore, ponendo al servizio del debito i proventi rivenienti dal contributo

erogato dal GSE a fronte dell'energia prodotta dall'impianto stesso. "L'intervento – puntualizza il presidente della fiera, Giorgio Lombardi – rappresenta una mossa significativa per i conti dell'Ente fieristico che attraverso questo investimento abbatta i costi dei consumi e trae i benefici derivanti dal conto energia; in totale il margine netto medio annuo (per i primi venti anni) è di circa 135mila euro all'anno".



Pubb



## DIRETTIVA SERVIZI

Entro il 28 dicembre 2009 gli Stati membri dell'UE dovranno adottare le disposizioni legislative, regolamentari e amministrative necessarie per conformarsi alle disposizioni contenute nella direttiva 2006/123/CE, cd direttiva servizi, del 12 dicembre 2006.

A tal fine a fine settembre è stato istituito, tramite decreto del Ministro per le Politiche Europee, un tavolo tecnico di confronto, costituito da un rappresentante per ciascuna delle Amministrazioni coinvolte e uno per ciascuna delle associazioni di categoria più rappresentative nel settore specifico dei servizi, al fine di consentire la più ampia partecipazione e trasparenza nella fase di recepimento della direttiva.

La direttiva mira a facilitare la libertà di stabilimento e la libertà di prestazione di servizi nell'UE; rafforzare i diritti dei destinatari dei servizi in quanto utenti di tali servizi; promuovere la qualità dei servizi e stabilire una cooperazione amministrativa effettiva tra gli Stati membri.

La direttiva stabilisce un quadro giuridico generale favorevole all'esercizio della libertà di stabilimento dei prestatori di servizi nonché della libera circolazione dei servizi, garantendo al contempo un livello di qualità elevato per i servizi.

La direttiva stabilisce un quadro giuridico generale per qualsiasi servizio fornito dietro corrispettivo economico (tranne per i settori esclusi art. 2 comma 2 e 3), tenuto conto della specificità di talune attività o professioni.

Secondo questa direttiva, gli Stati membri esaminano ed eventualmente semplificano le procedure e formalità relative all'accesso ad un'attività di servizi e al suo esercizio. In particolare,

la direttiva prevede: l'istituzione di sportelli unici presso i quali il prestatore possa espletare tutte le formalità necessarie per esercitare la propria attività; l'obbligo di rendere possibile l'espletamento di tali procedure per via elettronica; l'eliminazione degli ostacoli giuridici e amministrativi allo sviluppo del settore dei servizi.

Per facilitare la libertà di stabilimento, la direttiva prevede: l'obbligo di valutare la compatibilità dei regimi di autorizzazione alla luce dei principi di non discriminazione e di proporzionalità e di rispettare taluni principi quanto alle condizioni e procedure di autorizzazione applicabili al settore dei servizi; il divieto di taluni requisiti giuridici che esistono nelle legislazioni di determinati Stati membri e non possono essere giustificati, ad esempio i requisiti di nazionalità; l'obbligo di valutare la compatibilità di un certo numero di altri requisiti giuridici alla luce dei principi di non discriminazione e di proporzionalità.

Per rafforzare la libera prestazione di servizi, la direttiva prevede che gli Stati membri devono garantire il libero accesso a un'attività di servizi nonché il suo libero esercizio sul loro territorio. Lo Stato membro nel quale il prestatore di servizi si reca potrà imporre il rispetto dei propri requisiti solo a condizione che siano non discriminatori, proporzionati e giustificati per ragioni relative all'ordine pubblico, alla pubblica sicurezza, alla salute pubblica o alla tutela dell'ambiente. La direttiva prevede altresì un certo numero di deroghe importanti a questo principio, ad esempio in materia di qualifiche professionali, di distacco dei lavoratori e per i servizi di interesse economico generale.

## Notizie dall'Unione Europea

### CONCENTRAZIONI: VIA LIBERA ALL'ACCORDO FIAT-CHRYSLER

La nuova proposta della Commissione europea prevede per il prossimo decennio finanziamenti aggiuntivi di 16 miliardi di euro a favore dell'energia solare, 13 miliardi per la cattura e lo stoccaggio geologico di CO<sub>2</sub>, 7 miliardi per l'energia nucleare e 6 miliardi per l'energia eolica. La Commissione è convinta che, aumentando gli investimenti nelle tecnologie pulite, si possa accelerare la transizione verso un'economia a basse emissioni di anidride carbonica, indispensabile per contenere il gas serra e ridurre la dipendenza dell'Unione europea dalle importazioni di petrolio e metano. Se la cifra di 50 miliardi di euro può sembrare esorbitante per un'economia che non è ancora uscita dalla recessione, gli esperti concordano sulla redditività di un investimento di questo tipo. Il mercato delle tecnologie energetiche pulite sta esplodendo e offre prospettive di ingenti guadagni e milioni di posti di

lavoro per i paesi che sapranno porsi all'avanguardia. Attualmente, l'Unione europea spende circa 3 miliardi di euro all'anno in ricerca e sviluppo sull'energia pulita. La Commissione propone di passare a 8 miliardi all'anno, investendo complessivamente 50 miliardi di euro in più nel prossimo decennio. I finanziamenti potrebbero provenire da varie fonti: industrie, banche, investitori privati, Stati. Si propone inoltre di selezionare una trentina di città europee per testare le tecnologie verdi. I combustibili fossili, come il petrolio, il gas e il carbone, rappresentano l'80% dell'attuale approvvigionamento energetico dell'UE. Oltre il 50% proviene da paesi extra UE.

Rif.: [http://ec.europa.eu/energy/technology/set\\_plan/set\\_plan\\_en.htm](http://ec.europa.eu/energy/technology/set_plan/set_plan_en.htm)

### BANDA LARGA SENZA FILI SULLE FREQUENZE GSM

Il 20 ottobre sono state pubblicate sulla Gazzetta Ufficiale dell'Unione europea nuove misure che, consentendo l'utilizzo delle frequenze GSM da parte dei telefoni 3G, aprono la strada ad una nuova generazione di servizi mobili in Europa. Queste misure fanno segui-

to all'accordo raggiunto nel luglio scorso dal Parlamento europeo e dal Consiglio dei ministri UE al fine di modernizzare la normativa europea (cd. "direttiva GSM") sull'uso dello spettro radio necessario per i servizi mobili. Le nuove misure dell'UE favoriranno una maggiore concorrenza sul mercato europeo delle telecomunicazioni e consentiranno agli operatori di fornire più facilmente servizi paneuropei più rapidi, come l'Internet mobile, accanto ai servizi GSM attualmente disponibili. Esse contribuiranno inoltre all'introduzione di nuovi servizi a banda larga senza fili.

Rif.: [http://ec.europa.eu/information\\_society/policy/ecomms/radio\\_spectrum/index\\_en.htm](http://ec.europa.eu/information_society/policy/ecomms/radio_spectrum/index_en.htm)

## Normativa comunitaria

### SETTORE LATTIERO-CASEARIO: ULTIME PROPOSTE

Al fine di stabilizzare il mercato del latte la Commissione europea a inizio ottobre ha proposto l'introduzione di due modifiche alla normativa che disciplina il settore lat-





tiero-caseario. Si propone che il settore lattiero-caseario sia in futuro tutelato da una clausola di emergenza, che già esiste in altri settori agricoli, clausola che consentirebbe una reazione più rapida in caso di turbativa del mercato. Per gli anni di quota 2009/2010 e 2010/2011, le modifiche apportate al funzionamento dei regimi di riscatto delle quote da parte degli Stati membri garantiranno che le quote riscattate, conservate nella riserva nazionale, non siano più considerate come facenti parte della quota nazionale al momento di decidere se si debba riscuotere un prelievo supplementare sulle eccedenze. Se viene imposto il prelievo supplementare, la parte corrispondente alla quota riscattata può essere utilizzata dagli Stati membri per ristrutturare il settore. La Commissione adotterà formalmente un pacchetto di modifiche alla normativa sugli aiuti di Stato per consentire agli Stati membri di versare entro il 2010 aiuti fino a 15000 euro per produttore sotto forma di aiuti nazionali.

Rif.: [http://ec.europa.eu/agriculture/markets/milk/index\\_en.htm](http://ec.europa.eu/agriculture/markets/milk/index_en.htm)

## Bandi comunitari e appuntamenti

### MARCO POLO: TRASPORTO MERCI IN EUROPA PIU' PULITO

La Commissione europea ha adottato nuove regole per allargare la portata del programma Marco Polo, che dal 2003 sostiene progetti nel settore del trasporto sostenibile. Il programma offre aiuto finanziario all'industria dei trasporti allo scopo di ridurre il trasporto di merci sulle nostre strade congestionate o di trasferire il traffico merci verso altri modi di trasporto più sostenibili, come quello marittimo, ferroviario o per vie di navigazione interna. Sono state migliorate le condizioni di partecipazione al programma al fine di aumentarne l'attrattiva presso le imprese, condizioni che si applicheranno ai prossimi bandi che dovrebbero essere indetti all'inizio dell'anno prossimo.

Rif.: <http://europa.eu/rapid/pressReleasesAction.do?reference=IP/09/1496&format=HTML&aged=0&language=IT&guiLanguage=en>

### SECONDO BANDO PROGRAMMA DI COOPERAZIONE TRANSNAZIONALE SEE

Entro fine anno sarà pubblicato il secondo bando a valere sul Programma di coopera-

zione Transnazionale Europa Sud Orientale nell'ambito dell'obiettivo "Cooperazione territoriale Europea" sostenuto dal Fondo Europeo di Sviluppo Regionale. Il Programma è finalizzato a favorire lo sviluppo integrato e la competitività di uno spazio territoriale tra i più diversificati e complessi in Europa (8 Paesi Membri dell'UE, 2 Paesi Candidati, 4 Paesi Potenziali Candidati e 2 Paesi del Vicinato). Il Programma SEE ha l'obiettivo di migliorare il processo di integrazione territoriale, economica e sociale dei Paesi coinvolti e di contribuire alla coesione, alla stabilità ed alla competitività dell'area attraverso lo sviluppo di partenariati transnazionali ed azioni congiunte su questioni di importanza strategica.

Gli obiettivi specifici da raggiungere sono: facilitare l'innovazione, l'imprenditorialità, l'economia della conoscenza e la società dell'informazione; migliorare l'attrattività delle regioni e delle città con attenzione allo sviluppo sostenibile, all'accessibilità fisica, alla conoscenza e alla qualità ambientale; promuovere l'integrazione facilitando lo sviluppo di competenze bilanciate per la cooperazione territoriale transnazionale a tutti i livelli. Ciascun obiettivo specifico trova applicazione in uno o più assi prioritari. La Regione Emilia-Romagna presiede il Comitato Nazionale di Coordinamento del Programma e, attraverso la sua Agenzia di Sviluppo ERVET è il Punto di Contatto Nazionale.

Rif.: <http://www.programmasee.it/sezioni/index2.asp>

#### Unioncamere Emilia-Romagna

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



*L'Europa alla portata della vostra impresa.*

#### SIDI Eurosportello - CCIAA di Ravenna

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

#### CCIAA di Bologna

P.zza Costituzione, 8 - 40128 Bologna  
Tel. 051 6093286 - Fax 051 6093225  
E-mail: [commercio.estero@bo.camcom.it](mailto:commercio.estero@bo.camcom.it)

#### CCIAA di Ferrara

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

#### CCIAA di Forlì-Cesena

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

#### PROMEC - CCIAA di Modena

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

#### CCIAA di Parma

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

#### CCIAA di Piacenza

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

#### CCIAA di Reggio Emilia

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

#### CCIAA di Rimini

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

Pubb

Pubb