

# ECONERRE

APRILE  
2009

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

postatarget  
magazine  
NAZ/528/2009.  
Posteitaliane



## Primo piano

Una manifattura  
per ricerca e innovazione

# Cultura e Ambiente risorse per il futuro

Il nuovo bando dell'asse IV del Por-Fesr mette a disposizione 65 milioni di euro per sostenere progetti pubblici di valorizzazione di aree culturali e turistiche, oltre all'innovazione delle imprese di commercio, turismo e servizi



## Lavoro

Un accordo regionale  
sugli ammortizzatori sociali

## Agricoltura

Produzioni di qualità  
attente all'innovazione

## Camere

Accordo con il mondo  
cooperativo

## Regione

Bolletta meno cara  
grazie al VoIP

Pubb

# Strategie e sinergie per il turismo

Dopo più di dieci anni, continua a funzionare il modello di collaborazione Regione-sistema camerale



\* Presidente  
Unioncamere Emilia-Romagna

di Andrea Zanlari\*

**A** consolidare la funzione propulsiva e il livello competitivo del turismo nell'economia emiliano-romagnola ha contribuito, con un peculiare apporto sul versante conoscitivo, l'attività di analisi dell'Osservatorio regionale sul turismo promosso dalla Regione e dall'Unioncamere Emilia-Romagna.

Con gli aggiornamenti varati negli ultimi anni, l'impianto normativo che risale al marzo 1998 continua a presentarsi – lo ha confermato la Conferenza regionale del turismo svoltasi nel dicembre 2008 a Riccione – come un modello al quale fare riferimento al fine di impostare efficaci strategie a livello nazionale. La legge 7 ha consentito di imboccare strade innovative. Sono stati ridefiniti i rapporti tra soggetti pubblici e privati, adottando una logica più spiccatamente imprenditoriale per l'organizzazione del sistema turistico. Si è assegnato un ruolo centrale alla promozione dei prodotti turistici, con un approccio a "geometria variabile" che valorizza le identità locali, coinvolgendo i territori in relazione alle rispettive vocazioni. L'APT Servizi, struttura specializzata partecipata dalla Regione e dal sistema camerale, realizza il piano operativo annuale di promo-commercializzazione, per garantire la qualificazione dei prodotti turistici e il riequilibrio a livello territoriale.

Si tratta di un quadro normativo che ha potenziato la collaborazione tra Regione e sistema camerale, andando oltre il monitoraggio dell'andamento del turismo. Sulla base di Protocolli quadriennali di intesa con la Regione – il terzo scadrà alla fine del 2009 – gli enti camerale hanno reso disponibili le risorse da destinare, insieme a cospicui finanziamenti regionali, ai progetti dell'APT

Servizi. Con un disegno pluriennale che garantisce la continuità degli interventi, la Regione e le Camere di commercio hanno, in sostanza, concretizzato sinergie gestionali e finanziarie per attuare interventi integrati con una logica di sistema. Più recentemente, la collaborazione con la Regione si è ampliata grazie al Protocollo d'intesa sottoscritto per lavorare a un rilancio su grande scala delle iniziative camerale di promozione dei marchi di qualità, preziosi strumenti di garanzia del livello di servizi offerto ai clienti delle strutture turistiche. Le Camere di commercio sono impegnate a garantire la diffusione e l'omogeneità degli standard internazionali di qualità dei marchi, adottati da numerose strutture lungo la filiera dell'offerta ricettiva ed extra-ricettiva. L'obiettivo è accompagnare, in una logica di sistema, gli operatori turistici nel passaggio a una cultura della qualità, basata su standard validi a livello internazionale, come presupposto per la realizzazione di una più ampia politica di riqualificazione dell'offerta, creando un vero e proprio circuito d'eccellenza nelle località turistiche.

Anche in campo turistico, le Camere di commercio sono infine impegnate a sviluppare le procedure extra-giudiziali, in particolare la conciliazione. Sollecitazioni in questo senso sono venute dalla normativa statale – la legge quadro sul turismo del 2001 – che ha affidato alle Camere di commercio l'istituzione di commissioni arbitrali e conciliative per la composizione delle controversie tra imprese e tra imprese e consumatori. Per promuovere la conciliazione in Emilia-Romagna, il sistema camerale ha sottoscritto Protocolli di intesa con la Regione e la sua agenzia Intercent-ER e con il Corecom, relativamente alle controversie in materia di telefonia. L'attuazione degli accordi dovrebbe offrire risposte in tempi rapidi ai turisti e alle imprese ■

La legge 7/98 ha consentito di imboccare strade innovative

# Pubb



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

Anno XV - n. 4  
Aprile 2009  
Fuori commercio

Direttore responsabile  
Andrea Zanlari

Coordinamento editoriale  
Roberto Franchini (vicedirettore)  
Ugo Girardi  
Morena Diazi

Coordinamento redazionale  
Contesto srl  
Barbara Galzigna  
Giuseppe Sangiorgi

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

Foto Meridiana Immagini  
Paolo Righi, Andrea Samaritani  
e Elisa Pozzo

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

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 di Meridiana Immagini

## SOMMARIO

### 1 EDITORIALE

Strategie e sinergie  
per il turismo

DI ANDREA ZANLARI

### 4 IN BREVE

### 6 PRIMO PIANO

Una manifattura per  
ricerca e innovazione

DI GABRIELE BATTISTI

### 10 TERRITORIO

Cultura e ambiente  
per rilanciare il turismo

DI NATASCIA RONCHETTI

### 13 Un sistema turistico in salute

DI NATASCIA RONCHETTI

### 14 LAVORO

Ammortizzare  
gli effetti della crisi

DI MARGHERITA PUGLIESE

### 16 INNOVAZIONE

Innovare in agricoltura  
contro la recessione

DI NATASCIA RONCHETTI

### 19 SCENARI

La nuova casa  
della Ducati

DI SILVIA SARACINO

### 22 Con il VoIP il risparmio corre sulla fibra

DI SILVIA SARACINO

### 25 CAMERE

Dalla crisi deve uscire  
un'Italia più giusta

DI ENRICO VINCENZI

### 26 Camere e cooperazione per la competitività

DI GIUSEPPE SANGIORGI

### QUADERNI&DOCUMENTI

Le dinamiche  
del mercato turistico

### 29 FOCUS

Una regia condivisa  
per lo sviluppo

DI GIUSEPPE SANGIORGI

### 32 Un'alleanza per turismo e marketing

DI GIUSEPPE SANGIORGI

### 34 EXPORT

Emilia-Romagna  
e Giappone, c'è feeling

DI GIUSEPPE SANGIORGI

### 36 SETTORI

Il punto sul settore  
dell'automotive

DI ANTONELLA CARDONE

### 38 LIBRI

Un libro  
pieno di energia

DI CLAUDIA GRISANTI

### 39 ECONOMIA

I "Brutti ma buoni"  
di Coop Adriatica

DI THOMAS FOSCHINI

### 40 AZIENDE

Aertecnica: il fatturato  
vola con il Tubò

DI NICOLETTA CANAZZA

### 42 Ristorazione modenese ad alta velocità

DI ROSSELLA PRESSI

### 45 SPECIALE FORMAZIONE

INSERTO PUBBLIREDAZIONALE

### 54 RAPPORTO

Il mondo dell'energia  
per tre giorni a Ravenna

DI ENRICO VINCENZI

### 55 FLASH EUROPA

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



## ■ Liu Jo Rotta verso il Benelux

**F**orte delle buone performance di vendita ottenute durante le ultime stagioni, l'azienda carpigliana Liu Jo ha deciso di potenziare la propria presenza in Benelux e per raggiungere questo risultato ha firmato un accordo di joint venture con Fashion Club70, il suo storico distributore e partner per il mercato belga. La newco Liu Jo Retail Benelux avrà il compito di lavorare ad un piano di importanti aperture, a partire da quella del negozio di Knokke, all'opening di Bruxelles attesa per la primavera-estate 2010, a quella del punto vendita di Amsterdam nell'autunno-inverno 2010. Il Benelux rappresenta ad oggi uno dei principali mercati internazionali per Liu Jo, con un turnover nel 2008 che si attesta a circa 14 milioni di euro e una crescita del 14% rispetto al 2007.

**LIU·JO**  
ITALIA



**Alessandro Maccaferri**  
Presidente di Officine Maccaferri

## La strategia per rafforzare la leadership mondiale Officine Maccaferri acquisisce il 49% della Italdreni

**L**a bolognese Officine Maccaferri, società del Gruppo industriale Maccaferri con un giro d'affari nel 2008 di 349 milioni di euro (in aumento del 20% rispetto all'esercizio precedente) ha acquisito il 49% della società reggiana Italdreni, newco che concentrerà le attività di Greenvision dedicate

alla produzione di geosintetici per la cura del terreno (drenaggio acqua e gas, prevenzione da dissesto idrogeologico, controllo di fenomeni erosivi e di inquinamento). Il valore dell'acquisizione, di 12 milioni di euro, conferma la linea strategica di sviluppo ed investimento intrapresa per rafforzare la posizione di leadership mondiale nel settore della geotecnica. Officine Maccaferri, fondata nel 1879 (24 stabilimenti produttivi in tutto il mondo, 47 consociate e 2181 dipendenti), è realtà di riferimento nel settore dell'ingegneria geotecnica: ricerca, progetta e sviluppa soluzioni per risolvere le problematiche legate all'erosione, al rinforzo e alla stabilizzazione del terreno nel settore delle costruzioni.

Tra i progetti ai quali ha partecipato, il MO.S.E. nella laguna di Venezia e le Dune anti-svio a protezione della linea ferroviaria nelle linee ad Alta Velocità Milano-Bologna e Milano-Torino.

## Una giornata di incontri Affari con l'Arabia Saudita

Nell'ambito dei progetti di promozione della filiera dell'abitare e costruire nel Medio Oriente, Ice e Sprinter (sportello per l'internazionalizzazione delle imprese della Regione Emilia-Romagna) con Camera di Commercio di Reggio Emilia, hanno organizzato una giornata di incontri tra imprenditori emiliano-romagnoli e una delegazione di 14 importatori e distributori sauditi di importanti settori merceologici (macchine movimento terra; attrezzature nel settore delle costruzioni civile ed industriali; impianti di aria condizionata; irrigazione, materiali e arredi per esterni; legno...). L'iniziativa rientrava in un accordo di collaborazione tra la Regione Emilia-Romagna e Ice per facilitare le relazioni commerciali e le strategie di aggregazione tra imprese regionali e saudite del settore dell'abitare e costruire.

## ■ FAENZA UN PONTE VERSO I MERCATI ESTERI

Quattro partner si mettono in rete per aiutare le imprese ad affrontare i mercati internazionali.

È nata a Faenza, Ares (Agenzia Rete Servizi), struttura che integra Cosmopolite, Cosmotrade, Acim e Bacco Italia, realtà ognuna impegnata a favorire i rapporti di intermediazione tra imprenditori italiani ed esteri. A supportare la nuova agenzia, Banca di Roma-

gna e Fondazione Banca del Monte e Cassa di Risparmio Faenza, oltre ad Unioncamere attraverso la sezione Camere Miste. L'obiettivo di Ares è di assicurare a 360 gradi i servizi a sostegno delle imprese sui mercati internazionali per quanto riguarda pratiche doganali, assistenza fiscale, analisi di mercato, organizzazione di fiere ed eventi, partecipazione ai più importanti saloni esteri, contatti, vendite ed acquisti.



## ■ SOLIDARIETA' DALLE CAMERE PER L'ECONOMIA ABRUZZESE

Il Consiglio di amministrazione dell'Unione regionale delle Camere di commercio dell'Emilia-Romagna, ha deciso all'unanimità che nel Fondo nazionale di solidarietà per il terremoto in Abruzzo attivato dall'Unioncamere nazionale affluiranno risorse finanziarie pari a 1 euro per impresa attiva da parte di ognuna delle 9 Camere dell'Emilia-Romagna. In totale ne deriva una



somma di circa 432 mila euro. Le risorse del Fondo saranno messe a disposizione delle Camere di Commercio di L'Aquila e dell'Abruzzo, cui spetterà di identificare le aree e i settori di intervento prioritari in questa fase di emergenza per sostenere le attività economiche, assicurare la tenuta occupazionale e favorire una più rapida ricostruzione delle infrastrutture.

## ■ RIMINI PREMIATE ECCELLENZE DELL'E-GOV

Due riconoscimenti ad Euro P.A. il salone nazionale delle autonomie locali, per le Camere di commercio della regione nell'ambito del Premio E-Gov che premia i migliori progetti di innovazione sviluppati dalle Pubbliche amministrazioni.

"GeD" Gestione Documentale - la Camera Paperless", ha permesso all'ente camerale di Reggio Emilia di conse-

## ■ Fantuzzi Passa agli americani di Terex

Si chiude la parabola della storica azienda di Reggio Emilia presieduta da Luciano Fantuzzi, che ha ceduto le sue gru agli americani di Terex uscendo di scena dal settore della movimentazione portuale. Da anni alle prese con un prestito obbligazionario, il gruppo Fantuzzi ha siglato un accordo preliminare con il gigante statunitense per la cessione delle proprie attività industriali per 175 milioni. Si tratta delle società operative Fantuzzi industries e della controllata Noell Crane. L'intesa arriva dopo che nei mesi scorsi era naufragato lo stesso tentativo di vendita agli americani per quaranta milioni in più (215 milioni).



## La OHSAS integra le altre certificazioni Tellure Rôta: Sicurezza certificata

Sicurezza e qualità del lavoro e sul lavoro sono elementi fondamentali che contribuiscono alla crescita di un'impresa. Sulla base di queste convinzioni, Tellure Rôta ha implementato nel corso degli anni un sistema di gestione in grado di individuare, prevenire e controllare tutti i rischi connessi alla propria attività.

**Il lavoro svolto ha ottenuto nel marzo 2008 la certificazione "OHSAS 18001:2007" (Occupational Health and Safety Management Systems - Specifications), rilasciata dall'ente di certificazione svizzero Swiss TS Technical Service AG.**

La normativa OHSAS 18001, pubblicata dal British Standards Institution il 1° luglio 2007, certifica l'implementazione di un sistema di Salute e Sicurezza sul lavoro che non soltanto rispetti tutte le normative vigenti, ma che garantisca anche conoscenza approfondita, controllo costante e gestione positiva di tutti i rischi e degli imprevisti che possono derivare dalle attività di un'impresa.

La certificazione OHSAS 18001 si affianca ed integra le precedenti certificazioni di Qualità ISO 9001:2008 ed Ambiente ISO 14001:2004.

## ■ Eventi

## Vinitaly e oltre per il made in Emilia-Romagna

Indimenticabile il Vinitaly 2009 dell'Emilia-Romagna; fantastico, come auspicava il claim scelto in questa edizione. Sono stati 40 mila i visitatori: un'opportunità importante per le 120 aziende espositrici. Al banco d'assaggio le oltre 1000 etichette presenti sono servite a riempire circa 22.000 calici. Il ristorante, gestito dalla Scuola Alberghiera e di Ristorazione di Serramazzoni, ha servito circa 800 pasti, rigorosamente a base di prodotti tipici regionali.

I cinque giorni della fiera sono stati intensi di attività, prime tra tutte quelle orientate a favorire i rapporti commerciali tra aziende emiliano romagnole e importatori stranieri. Nell'ambito di "Deliziando", l'iniziativa di Regione Emilia-Romagna in collaborazione con ICE e Unioncamere Emilia-Romagna per la promozione dei prodotti tipici sui mercati esteri, è stato organizzato un workshop in tre sessioni in cui 37 buyer provenienti da Europa, Asia e America hanno incontrato 55 aziende produttrici per un totale di oltre 500 appuntamenti. Deliziando ha poi fatto tappa alla Borsa dei vini italiani a Praga e Budapest.

guire la completa gestione elettronica e telematica della corrispondenza prodotta e ricevuta attraverso una dematerializzazione della posta in ingresso e la creazione di un flusso in uscita in formato elettronico, senza trattare più la carta. Il "Forum del Turismo di Provincia e Camera di Commercio di Ferrara", è stato invece premiato per aver sviluppato con i servizi on line una piazza virtuale di confronto, valorizzazione del territorio e crescita culturale.

## ■ BREVINI NUOVO STABILIMENTO IN CINA

I piani del gruppo industriale Brevini prevedono forti investimenti sul territorio cinese, dove è stato inaugurato un nuovo stabilimento a Yancheng con un impegno di 20 milioni di euro. È la seconda presenza produttiva all'estero per il gruppo (l'altro stabilimento è in Germania) che punta sempre di più a proporre un made in Italy vincente nella trasmissione di potenza e nella mecca-

tronica. Brevini Yancheng Planetary Drives è nata con la collaborazione di Simest, società controllata dal Governo italiano creata nel 1990 per promuovere il processo di internazionalizzazione delle imprese, che ha acquisito una quota del 15% della società cinese. Nello stabilimento lavorano più di 110 dipendenti che diventeranno 150 quando la produzione, a regime, sarà



di 50.000 riduttori per un fatturato atteso di 65 milioni di euro.

## ■ MODA "LINGERIE" IL PROGETTO PROPOSTO DA ICE

Appuntamenti in regione per promuovere il settore della moda italiana in Cina e in Russia e sviluppare sinergie e opportunità di business. Nell'ambito del progetto interregionale "Lingerie" (promosso da ICE in collaborazione con alcune regioni tra cui l'Emilia-Romagna) sono

state organizzate due giornate di incoming di delegazioni dalla Russia e dalla Cina per permettere alle imprese italiane di incontrare buyers provenienti da questi paesi. Venti imprese emiliano-romagnole hanno partecipato alla giornata di incontri con buyers russi ed altrettante ai meeting con operatori cinesi. Nell'ambito del progetto inoltre, l'Ufficio ICE di Shanghai ha elaborato un report dedicato al settore della lingerie in Cina e alle prospettive per le nostre aziende.

di Gabriele Battisti

Da stabilimento per la trasformazione del tabacco a tecnopolo dell'area bolognese

# Una manifattura per ricerca e innovazione

**N**asce TecnoBo, il tecnopolo bolognese che avrà sede nella Manifattura Tabacchi acquistata dalla Regione. L'area diventerà così il centro più grande della Rete per l'Alta tecnologia in Emilia-Romagna.

Ufficializzato nelle scorse settimane da associazioni imprenditoriali, organizzazioni sindacali, università ed enti di ricerca – il passaggio è stato illustrato dall'assessore regionale alle Attività Produttive Duccio Campagnoli insieme al presidente di BAT, Francesco Valli, al sindaco di Bologna, Sergio Cofferati, all'assessore comunale Virginio Merola e all'assessore provinciale Paolo Rebaudengo. Nell'occasione è stata anche annunciata l'avvio del cantiere per il Tecnopolo bolognese, per il quale Campagnoli ha proposto un nome: "Tecnobo".

“Il Tecnopolo bolognese – ha detto l'assessore – sarà il centro più grande della Rete per l'Alta tecnologia che la Regione Emilia-Romagna è impegnata a realizzare come primo obiettivo del Programma per lo sviluppo economico regionale 2008-2013 già concordato con l'Unione Europea e avviato dall'ottobre scorso. Il Programma regionale – ha aggiunto Campagnoli – ha già ricevuto l'adesione delle università e degli enti di ricerca, che da gennaio hanno presentato le ipotesi progettuali, e degli enti locali che, come a Bologna, collaboreranno in tutti i territori con la Regione per la realizzazione dei tecnopoli per la parte infrastrutturale. Entro giugno, quindi, saranno sottoscritti gli accordi di realizzazione con le università, gli enti di ricerca e gli altri enti locali interessati”.

“L'accordo – ha dichiarato Francesco Valli, presidente di BAT Italia – reso possibile grazie allo spirito di trasparenza e fattiva collaborazione che ha sempre contraddistinto i rapporti tra l'azienda, gli enti locali e i sindacati e all'impegno responsabile di tutti i soggetti coinvolti, ha permesso il raggiungimento di soluzioni adeguate e condivise volte a minimizzare gli impatti sociali, attraverso la creazione di prospettive professionali per il personale in esubero”.

A Bologna il Tecnopolo realizzerà un altro risultato importante: la riuscita di un progetto di riconversione industriale per affrontare una dismissione produttiva come quella della Manifattura; progetto promosso con

l'accordo raggiunto tra istituzioni (Regione, Comune e Provincia), la BAT e le organizzazioni sindacali per individuare una nuova soluzione di occupazione e sviluppo.

“Quest'accordo – ha sottolineato Campagnoli – ha sancito così un significativo impegno di responsabilità sociale anche di una grande multinazionale, a sostegno e risarcimento di un territorio: con il reinsediamento di una nuova impresa, che ha riassunto i lavoratori rimasti della Manifattura, ora già impegnati in un percorso di qualificazione professionale per la nuova attività; e con la cessione dell'area con modalità utili a favorire effettivamente un progetto di originale riconversione produt-

Campagnoli:  
“Entro giugno  
gli accordi  
con università  
ed enti di ricerca”

Al centro, da sinistra  
Paolo Rebaudengo,  
Francesco Valli,  
Duccio Campagnoli,  
Virginio Merola





tiva e di grande interesse pubblico". Con la consegna delle manifestazioni di interesse presentate in rapporto al Bando programma aperto dalla Regione, per le quali sono attivati i confronti che si concluderanno entro giugno, si delineano già gli insediamenti scientifici e di ricerca del Tecnopolo. Il primo a concludere un accordo con la Regione per la sua partecipazione, ha spiegato Campagnoli, è l'Istituto Rizzoli, che prevede l'insediamento di 6 suoi laboratori dedicati alle applicazioni delle scienze della vita, come la medicina rigenerativa per i tessuti ossei, bioinformatica e materiali protesici. L'Università di Bologna ha previsto l'insediamento di 6 centri interdipartimentali creati ex novo per la ricerca industriale nei campi della automazione, tecnologie energetiche, nuovi materiali e di nuove scienze della vita. Al Tecnopolo si trasferirà anche il Parco dell'Università per ospitare nuove imprese che nascono da attività di ricerca, gestito ora al Caab dal Consorzio AlmaCube. Enea, con una delibera del consi-



glio di amministrazione, ha formalizzato l'avvio del confronto per la realizzazione della sua nuova sede bolognese al Tecnopolo. Anche Unindustria, ha aggiunto l'assessore, ha presentato un progetto per la partecipazione al Tecnopolo con l'insediamento e lo sviluppo del centro di trasferimento tecnologico T3Lab già creato con l'Università e con il sostegno della Regione; Collegio Costruttori e Legacoop progettano la realizzazione di un centro dedicato alle nuove tecnologie delle costruzioni. Al Tecnopolo si collocheranno poi Aster, la società avviata dalla Regione con le università e gli enti di ricerca che ha il compito di regia e coordinamento della rete dei Centri regionali; e Lepida, la società per la rete telematica che assicurerà al Tecnopolo anche la dotazione delle connessioni telematiche più avanzate. Altri progetti di insediamento sono ancora allo studio e altre manifestazioni di interesse sono state presentate; così come si prevederà nell'area della Manifattura la realizzazione di strutture dedicate a tutte le iniziative (esposizioni, convegnistica, incontri) per la comunicazione scientifica e tecnologica. A Bologna, insieme all'insediamento alla Manifattura Tabacchi, sarà realizzato con il Programma regionale anche un "Tecnopolo 2" con nuovi capannoni nell'area Cnr al Navile, dedicata alle attività di ricerca industriale Cnr verso micro e nano tecnologie e tecnologie per il controllo ambientale. "Con i progetti presentati - ha concluso Campagnoli - si può già stimare una presenza di quasi 1000 ricercatori. E quindi si dovrà forse pensare a un ulteriore sviluppo del Tecnopolo che segna un'ulteriore vocazione di tutto il quadrante. Il Tecnopolo di Bologna potrà e dovrà essere davvero una nuova fabbrica dell'innovazione, un grande centro di Bologna città dell'industria innovativa e della nuova Manifattura, e anche un hub proiettato verso l'Europa e il mondo di tutta la grande Rete tecnologica regionale". In questi mesi per il Tecnopolo di Bologna non si è definita soltanto l'acquisizione dell'area ma si è già delineato - con il Gruppo di lavoro congiunto insediato tra Regione e



## LA SCHEDA

### Termine dei lavori entro il 2013 **TecnoBo** **minuto per minuto**

Questi i tempi previsti per la realizzazione del tecnopolo bolognese:

- la definizione delle Linee guida progettuali entro il settembre 2009;
- l'avvio di una prima ristrutturazione per una prima parte di insediamenti che debbono essere realizzati entro il dicembre 2010;
- la realizzazione del concorso internazionale di progettazione architettonica per la ristrutturazione dell'intero complesso;
- la realizzazione dell'affidamento lavori di ristrutturazione dell'intero complesso entro il marzo 2010;
- il completamento dei lavori per il Tecnopolo entro la fine 2013 ■

### I dati di TecnoBo

I soggetti coinvolti	10
I laboratori insediati	21
I ricercatori totali dei labs	oltre 500
di cui nuovi ricercatori dedicati	230
I ricercatori totali nella BAT	circa 1000
L'investimento totale	
(escluso acquisto)	101 milioni di €
L'impegno della Regione	
(escluso acquisto)	54 milioni di €

Comune, con la partecipazione della Provincia, presieduto dall'assessore Campagnoli e dall'assessore Merola - il programma per la realizzazione. Nel Protocollo d'intesa sottoscritto con la Regione nel luglio 2008, il Comune ha stabilito di mettere a disposizione le aree occupate dalle due palazzine contigue alla Manifattura, per le quali è già stata avviata in questi mesi la ricollocazione degli inquilini, così come di aree del Parco Nord. La Regione, d'intesa con il Comune, ha affidato alla Finanziaria Bologna Metropolitana l'incarico di definire le Linee guida progettuali e la conduzione dei lavori. "Finanziaria Bologna Metropolitana - ha riferito il direttore generale, Daniele Cabutto - sta già lavorando e ha predisposto un 'crono programma' che prevede entro l'estate la definizione del piano dettagliato degli insediamenti e delle linee guida di progettazione; poi l'indizione di un concorso internazionale per la progettazione

architettonica ed entro marzo 2010 la conclusione dell'affidamento dei lavori per la ristrutturazione". Si prevede che il Tecnopolo potrà essere interamente realizzato alla fine del 2013, ma una prima parte degli insediamenti si concluderà già alla fine del 2010 ■



### GLI OBIETTIVI

Caratteristiche e struttura del nuovo insediamento destinato alla ricerca

## Il nuovo volto della ex Manifattura

Il complesso della Manifattura Tabacchi si estende su una superficie territoriale di quasi 101.000 metri quadrati, di cui 91.000 di edificato lordo, pari a 515.860 metri cubi. L'area è delimitata a sud dalla cintura ferroviaria urbana che collega la stazione alla zona fieristica, a nord da via della Manifattura, a est e ovest rispettivamente dalle vie Stalingrado e Ferrarese. La parte edificata è composta da tredici costruzioni principali, tra cui sette grandi capannoni (cinque con volta a botte), e da numerosi edifici minori. Il complesso è dotato di vasti piazzali e aree per una superficie totale di quasi 47.000 metri quadrati; tra via Ferrarese e la Tangenziale c'è un ampio parcheggio.

Il progetto del Tecnopolo di Bologna nel sito dell'ex Manifattura Tabacchi di via Stalingrado, nel quale verranno ospitati sino a 1.000 ricercatori oltre a richiamare numerosi visitatori ed utenti dall'esterno, è struttura essenzialmente su tre macro aree:

- l'insediamento di enti e società di ricerca, che verranno ospitati negli edifici del nucleo edilizio originario, con ingresso sulla via della Manifattura. L'ingresso, dotato di reception e di bar caffetteria, consentirà tramite percorsi per lo più coperti, l'accesso a tutti i piani terra nelle zone di recapito. I singoli edifici ospiteranno uno o più enti, in relazione agli spazi occupati (tutti con proprio accesso separato), provvisti di uffici e studi, di laboratori di ricerca, depositi e locali di servizio oltre a salette per incontri o didattica, di piccole dimensioni, ad uso esclusivo;
- un centro per la comunicazione scientifica, dotato di una grande sala convegni, sale di incontro, zona per esposizioni, di un foyer comune e di una caffetteria. L'utilizzo di questa struttura avrà carattere condiviso: qui verranno localizzate le diverse esigenze segnalate al proposito dagli enti e società, potendosi ridurre così l'entità in relazione alla contemporaneità di utilizzo. Nelle vicinanze viene altresì localizzato il nuovo edificio per la scuola di infanzia a servizio anche del Tecnopolo.
- la zona per servizi generali quali foresteria, minimarket, fitness, ristorante ecc, in alcuni casi a completamento di analoghi spazi, di più modesta entità, disseminati nel complesso.

Completeranno poi il nuovo insediamento gli impianti elettrotermofrigoriferi, il Centro di elaborazione dati comune per il tecnopolo, vaste aree a verde, zone per la sosta e per la socialità, percorsi di accesso ai vari edifici e piazzali per le necessità operative; i parcheggi che verranno principalmente allestiti all'esterno del complesso mentre all'interno saranno previste alcune aree per le necessità di approvvigionamento e di ricovero di mezzi operativi ■

Pubb

di Natascia Ronchetti

Al via l'Asse IV del programma europeo Por-Fesr con oltre 65 milioni di euro

# Cultura e ambiente per rilanciare il turismo



Previsti investimenti per oltre 93 milioni di euro destinati alla valorizzazione delle città e territori

Sopra, Guido Pasi assessore regionale al Turismo

Oltre 40 milioni di risorse europee per 38 progetti pubblici di valorizzazione culturale e ambientale per aumentare i flussi turistici, altri 25 milioni da assegnare tramite bando alle imprese che realizzano interventi connessi ai progetti pubblici. Con la dotazione finanziaria derivante dal Fesr, grazie all'asse IV del Por, il Piano operativo regionale, la Regione mette in campo un forte investimento per aumentare la competitività turistica del territorio emiliano-romagnolo. Il via libera dato dalla Giunta, molto atteso dagli

amministratori e dagli imprenditori, darà corpo a investimenti che solo per la parte pubblica ammontano a quasi 93 milioni di euro. "Il bando per le imprese - spiega Guido Pasi, assessore regionale al Turismo e al Commercio dell'Emilia-Romagna - può rappresentare un supporto importante per le aziende del settore, in un momento di crisi sui mercati nazionali e internazionali. Con questo provvedimento si vuole rafforzare la qualità e la varietà dell'offerta turistica e commerciale nella nostra Regione". Il bando a favore delle imprese (la domanda dovrà essere presentata entro il 20 luglio) prevede un contributo in conto capitale dal 30% al 50% della spesa ammessa, per un importo massimo di 200 mila euro: il costo complessivo dell'intervento non potrà essere inferiore ai 30 mila euro. Tra gli interventi ammessi ci sono la realizzazione, il recupero, la trasformazione, la ristrutturazione, l'ampliamento, la riqualificazione, l'ammodernamento e l'introduzione di innovazioni connesse con l'attività svolta, oltre all'attivazione o riqualifi-

cazione di esercizi polifunzionali e all'introduzione e allo sviluppo di servizi on line e del commercio elettronico. Gli interventi dovranno essere realizzati nelle aree indicate nei Programmi di valorizzazione territoriale provinciale (Pvpt) o in alternativa dovrà essere dimostrata una stretta connessione con le linee strategiche indicate negli stessi programmi.

Ma vediamo nei dettagli come sono ripartiti i contributi ai soggetti pubblici. A incamerare la cifra più alta è il Riminese, che con l'assegnazione di 12 milioni ha ottenuto l'approvazione di 6 progetti di valorizzazione per un investimento complessivo che arriva a sfiorare i 36 milioni. Tra questi c'è il recupero dello storico teatro Galli di Rimini presentato dal Comune, ma anche il recupero ambientale del portocanale di Bellaria, il recupero della ex fornace Hoffmann di Riccione (per destinarla ad usi culturali), la costruzione del palazzo del Turismo di Cattolica, insieme alla riqualificazione delle piazze del porto e alla realizzazione di percorsi cicloturistici e fluviali nelle

valli del Conca e del Marecchia. "Un buon risultato - commenta il direttore dell'Associazione albergatori di Rimini Gabriele Bucci - anche se i progetti approvati non hanno un'accezione propriamente turistica.

Richiederanno da parte degli imprenditori che parteciperanno al bando una particolare capacità di declinarli turisticamente. Si tratta di una importante opportunità, per la quale stiamo già lavorando insieme a Confcommercio. In seguito dovremo però essere capaci di vendere questo territorio sul quale si sta agendo facendo leva sulla valorizzazione culturale e ambientale". Nel Bolognese arriveranno 3,6 milioni di euro, per investimenti complessivi superiori ai 5 milioni. La dote sarà impiegata per la realizzazione di uno spazio museale del circuito automobilistico di Imola, per la valorizzazione del parco archeologico di Monte Bibele, per la realizzazione del palazzo della Cultura a Lizzano in Belvedere, per la riqualificazione degli spazi di villa Edvige-Garagnani a Zola Predosa, dove sarà anche recuperata la rete





dei percorsi storici del parco Campagna.

“Complessivamente, attraverso le risorse che saranno assegnate ai privati con il bando, arriveremo agli otto milioni – dice l'assessore provinciale al Turismo di Bologna Marco Strada –. Un risultato davvero soddisfacente anche alla luce della crisi economica che stiamo affrontando”. La provincia di Ferrara porta a casa più di 4,3 milioni (l'investimento totale sarà superiore ai 5,8 milioni) per la valorizzazione della Delizia Estense di Mesola, la realizzazione del museo delle Culture umane di Comacchio, la riqualificazione del parco del Delta del Po, la creazione di percorsi d'acqua. Nell'area di Forlì-Cesena sono invece cinque i progetti approvati, per più di 5,2 milioni, con un investimento di 11,9. In questo caso si spazia dalla valorizzazione del museo della marineria di Cesenatico alla riqualificazione dell'ex monastero di Santa Annunziata, a Tredozio. Quasi 3 invece i milioni assegnati al Modenese (l'investimento totale supera i 6), per il museo di Casa Ferrari, il circuito dei castelli, la valorizzazione dell'appennino e la galleria Ferrari di Maranello. A Parma dominano i castelli. Dei 3,5 milioni assegnati al Parmense (e che consentiranno investimenti per oltre 6 milioni), 1,2 andranno ai castelli del Ducato e alla reggia di



## LA STRATEGIA

### Continuano a crescere i flussi turistici dall'Est Dalla Russia con furore

**L**a riviera resta lo zoccolo duro del movimento turistico regionale: ne assorbe infatti una quota pari all'82,7%. Seguono le dieci città d'arte, con l'8,9%, l'appennino con il 5% e le località termali con il 3,4%. A fare il punto sull'andamento del settore, è una ricerca di Trademark Italia, all'interno dell'Osservatorio Turistico Regionale che gestisce l'Osservatorio regionale. Il 78,9% dei vacanzieri emiliano-romagnoli sono italiani, il 21,1% stranieri. E tra i turisti d'oltralpe il primato spetta ancora una volta ai tedeschi, che costituiscono il 37,4% dei vacanzieri stranieri, a fronte dell'11,5% dei russi e del 14,4% dei turisti provenienti da altri Paesi dell'Est Europa. Consistente, comunque, anche la quota di quelli che provengono dalla Svizzera e dal Benelux (in entrambi i casi arriva all'8,5%), così come quella rappresentata dai francesi (7%). Più modesta invece la componente scandinava, ferma al 2,6%, mentre gli inglesi costituiscono il 4% del totale dei turisti stranieri. A rivelarsi mercati sempre più promettenti sono la Russia e gli altri Paesi dell'Est, così come nell'Europa occidentale il Benelux. Basti dire che nel 2008 le presenze dei turisti russi sono state oltre 900mila, con un incremento del 9,4% rispetto al 2007. In crescita anche le presenze di vacanzieri provenienti dai Paesi dell'Est, che si sono attestati su un più 4,2%. Dal Benelux invece è arrivato un aumento del 5,1%. Tutti incrementi che hanno consentito di controbilanciare le perdite su altri mer-

cati, come quello inglese (meno 14,3%), svizzero (meno 4,8%), tedesco (meno 4,5%) e austriaco (meno 6%). La regione si presenta all'appuntamento con la stagione turistica 2009 forte dei suoi numeri e di un sistema ricettivo robusto che conta oltre 900 mila posti letto, tra alberghi e strutture extra-alberghiere come i bed and breakfast, gli agriturismi e i campeggi, dei quali ben 305mila nella sola area del Riminese. Gli alberghi (4660) sono concentrati soprattutto nella provincia di Rimini (49,6%), seguita da quelle di Ravenna (14%) e di Forlì-Cesena (13,1%). Il solo sistema della ricettività balneare può contare su 601mila posti letto. Tutti numeri ai quali vanno aggiunti quelli relativi ai servizi, agli stabilimenti balneari, ai ristoranti e ai parchi di divertimento. Su 110 chilometri di costa attrezzata ci sono 48 tra campeggi e villaggi turistici, oltre a 1426 stabilimenti balneari con oltre 800 bagnini di salvataggio. 15 sono invece i parchi di divertimento, dei quali sei acquatici, 145 le discoteche, 580 gli impianti sportivi pubblici, oltre 2000 gli eventi che vengono proposti da Cattolica a Comacchio, tra spettacoli, sagre e feste locali. Una dotazione a cui vanno sommati più di 2200 locali tra ristoranti, pizzerie, trattorie, e 3700 tra bar, enoteche e birrerie. I porti turistici sono invece 13, per un totale di 5700 posti barca. La permanenza media dei turisti nelle strutture ricettive della regione nel 2008 è stata di 6,1 giorni, con punte di 8,1 in riviera. ■



Sotto, la reggia di Colorno

Colorno, 700mila euro alla riqualificazione del castello di Bardi. Piacenza ha ottenuto 1,6 milioni, per la valorizzazione dei percorsi naturalistici nella valle del Fiume e del patrimonio archeologico della valle D'Arda; Reggio Emilia ha invece raggiunto quasi 2 milioni (il totale degli investimenti sarà di

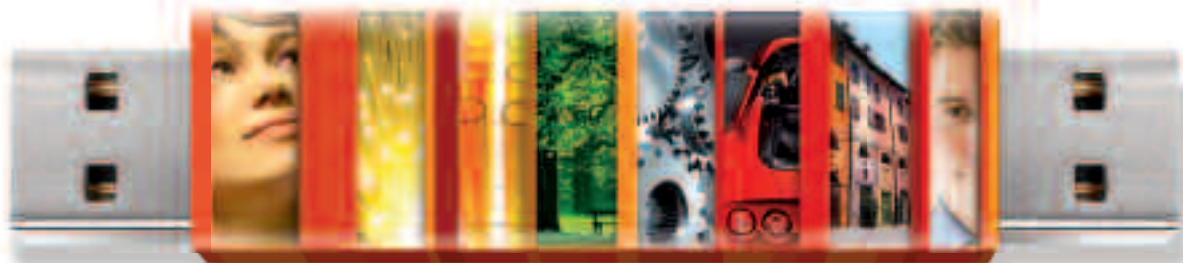
4,2) per la valorizzazione degli edifici storici delle terre di Canossa, per la riqualificazione culturale di palazzi storici e per la realizzazione di servizi nel parco nazionale tosco-emiliano. Nel Ravennate, con oltre 5,3 milioni per investimenti che ammontano a 13,8, sarà completato anche il museo archeologico di Classe. "Entro il 2010 il museo sarà fruibile - spiega l'assessore al Turismo del Comune di Ravenna, Andrea Corsini, che è anche presidente dell'Unione di prodotto Costa - vi troveranno collocazione importanti reperti archeologici tra cui la nave romana testimonianza dell'antico porto di Classe. Il museo sorge nell'ex zuccherificio, vicino ad un'area molto pregiata sotto il profilo ambientale che è quella della foce del Bevano: sarà creato un percorso che collega la zona naturalistica al museo archeologico, mentre

300 mila euro andranno alla riqualificazione dei percorsi storici nel centro città con un intervento di arredo urbano". Soddisfatto anche il presidente regionale di Asshotel-Confesercenti Claudio Della Pasqua: "Un ottimo risultato - dice - ma ora il pubblico deve anche intervenire sulle infrastrutture, per rendere maggiormente accessibili le nostre destinazioni turistiche. È indispensabile, al pari di una politica aeroportuale che faccia dello scalo di Bologna, la principale porta d'accesso all'Emilia-Romagna. Fino ad ora questo non è avvenuto, assistiamo ad una forte concorrenza tra gli scali regionali. Gli imprenditori hanno anche bisogno di misure che incentivino la riqualificazione delle strutture alberghiere. Servono provvedimenti che favoriscano il passaggio della proprietà ai gestori, per facilitare gli investimenti" ■



POR FESR EMILIA-ROMAGNA 2007-2013

RISORSE IN RETE



## CONTRO LA CRISI INVESTIAMO SUL FUTURO

Investire in innovazione è la risorsa prima anche per uscire dalla crisi. Il Programma Operativo Regionale FESR 2007-2013 mette a disposizione 347 milioni di euro e rappresenta un'opportunità in più per valorizzare le nostre energie, creare nuove infrastrutture, nuovi prodotti e affermare condizioni diffuse di sviluppo sostenibile. Gli interventi previsti sostengono la competitività e lo sviluppo del sistema economico regionale attraverso la ricerca industriale, l'innovazione, la qualificazione energetica, la valorizzazione del patrimonio culturale e ambientale.

**Ricerca, innovazione, energia, cultura e ambiente sono le risorse fondamentali per il nuovo sviluppo.**

### INFORMAZIONI, DOCUMENTAZIONE, SERVIZI:

Sito | [fesr.regione.emilia-romagna.it](http://fesr.regione.emilia-romagna.it) | URP Regione Emilia-Romagna | 800.662200  
Sportello per le imprese | 051.6396323 - 051.6396322



COSTRUIAMO INSIEME IL FUTURO



Si è chiusa la 14esima edizione del Buy Emilia-Romagna

# Un sistema turistico in salute

di Natascia Ronchetti

**H**a vinto il gioco di squadra, con la messa in rete delle offerte e una salda partnership tra pubblico e privato. E gli 80 tour operator stranieri hanno apprezzato, mettendo in moto più di 2500 incontri con i sellers della vacanza regionali. La 14esima edizione del Buy Emilia Romagna, la Borsa regionale del turismo promossa da Confcommercio in collaborazione con Apt servizi e con l'Enit, ha chiuso i battenti il 30 aprile confermando che il sistema turistico regionale ha gli anticorpi per reagire alla crisi. “Di fronte alle difficoltà del mercato – dice Andrea Babbi, amministratore delegato di Apt – il nostro sistema ha dimostrato una immediata capacità propositiva e di azione, rafforzando i rapporti e le interazioni tra tutti gli operatori. Ci siamo presentati al cospetto della domanda internazionale come un unico efficace sistema di rete in cui le destinazioni e i singoli prodotti turistici dalla riviera all'Appennino, dalle città d'arte alle terme, si sono promossi reciprocamente sia sui canali tradizionali sia sul web”. Dalla quattro giorni, tra educational tour e incontri, sono arrivate molte novità. Prima di tutto l'Emilia Romagna del turismo ha scoperto di avere un nuovo potenziale bacino nel Brasile: due tour operator del Paese sudamericano presenti al Buy hanno manifestato forte interesse per l'enogastronomia tipica e per la “terra dei motori”. Per un nuovo mercato che si è aperto, un altro – quello tedesco, rappresentato da 14 tour operator – ha rivolto la sua attenzione non più solo alla tradizionale vacanza balneare ma anche all'entroterra e alle città d'arte: un segnale positivo per il sistema turistico regionale, che ha nella Germania il principale mercato oltreconfine. Ancora una volta il Buy

– che dal 1995 ha portato in regione oltre 2mila tour operator stranieri – ha messo a fuoco le potenzialità dell'industria delle vacanze regionale (capace di produrre un volume d'affari di quasi 12 miliardi di euro) sui mercati esteri. Alla manifestazione erano presenti 11 operatori provenienti dagli Stati Uniti, 6 dalla Gran Bretagna, 3 dalla Russia, 3 dal Giappone, 2 dal Canada. Altri arrivavano dal resto dell'Europa, come Polonia, Repubblica Ceca, Ungheria, Norvegia, Austria, Ucraina e Danimarca. Accanto a loro, per la prima volta, i Cral aziendali. Uno dei 15 educational tour in programma ha puntato sul capoluogo emiliano e sul suo entroterra, mostrando le tante facce di un territorio che sa offrire arte, storia e una spessa tradizione enogastronomica, riscuotendo l'interesse della Spagna, degli Stati Uniti, del Brasile, del Belgio, della Germania e della Francia. Un indicatore dello stato di buona salute del sistema turistico, che tuttavia si affaccia sulla stagione estiva con una certa prudenza. Reduce da un'annata che ha portato oltre 52 milioni di presenze, osserva per la prima volta da cinque anni a questa parte una battuta d'arresto dei flussi provenienti dalla Russia. Uno stop che potrebbe essere

compensato da una netta tenuta sul mercato domestico. “Sul bacino italiano abbiamo molte chances – spiega il presidente dell'Apt Massimo Gottifredi – grazie a un ottimo rapporto tra qualità e prezzo: lavoreremo molto anche sulla promozione del last minute. In Germania, dove abbiamo concentrato i nostri sforzi con una campagna promozionale di pacchetti all inclusive che comprendono anche i servizi di spiaggia, molto dipenderà dalle scelte dell'ultimo minuto. Il vero banco di prova sarà il periodo della Pentecoste, tra fine maggio e primi di giugno. I primi indicatori sono positivi anche se resta forte l'incertezza determinata dalla situazione di crisi economica internazionale”. L'andamento dei primi ponti primaverili fa ben sperare, ma a decidere il destino della stagione, spiegano all'Apt, saranno i mesi di luglio e agosto. Tra tante incognite una certezza: il mercato olandese viaggerà ad alta velocità, soprattutto sui lidi ferraresi, mentre la Polonia dovrebbe confermare un trend di costante crescita ■



Andrea Babbi:  
“Di fronte alla difficoltà del mercato la rete ha ben tenuto”

Sopra,  
Andrea Babbi  
amministratore  
delegato di Apt





Siglato in Regione un accordo per salvaguardare l'economia e l'occupazione

## Ammortizzare gli effetti della crisi

**U**n accordo da 520 milioni che fissa gli obiettivi, gli indirizzi e i criteri per salvaguardare la base produttiva, evitare i licenziamenti e dare risposte anche a gran parte di quei lavoratori finora senza la tutela degli ammortizzatori sociali: è il "patto per attraversare la crisi", che

è stato siglato dalla Regione Emilia-Romagna, l'Upi, l'Anci e Unioncamere regionali, le organizzazioni sindacali e le associazioni imprenditoriali, ad eccezione di Confindustria.

Il patto rappresenta uno strumento nuovo per gestire una crisi

inedita e gravissima, che coinvolge tutta l'economia mondiale e che tocca pesantemente l'economia italiana e ora anche quella dell'Emilia-Romagna. Con l'accordo si dà vita ad un sistema di gestione di tutti gli strumenti a sostegno dei lavoratori e delle aziende per affrontare la crisi, ordinari e

soprattutto in deroga, dando così risposta anche ai lavoratori nelle imprese con meno di 15 dipendenti, nelle cooperative, nei servizi, nel commercio e nell'artigianato. L'accordo gestirà il finanziamento di 520 milioni per gli ammortizzatori sociali in deroga previsti dall'intesa Stato-Regione, tra risorse statali e regionali.

"Sono convinto che questa sia la strada migliore per superare la crisi - ha spiegato il presidente della Regione Vasco Errani dopo la firma - Anche Confindustria ha dichiarato di condividere l'impostazione e lo spirito del patto e ha apprezzato l'impegno della Regione. Ritengo che sia importante quanto ha detto la presidente Annamaria Artoni, e auspico che si creino le condizioni perché anche Confindustria possa aderire".

La Regione e le associazioni imprenditoriali e sindacali firmatarie si impegnano a salvaguardare l'occupazione, perseguendo soluzioni condivise anche nel caso del ricorso a procedure di mobilità ed escludendo comunque iniziative

unilaterali di licenziamento collettivo. Ci sarà dunque la possibilità di allungare il periodo della cassa integrazione ordinaria e di garantire rapidità e semplicità degli interventi anche attraverso i pagamenti diretti da parte dell'Inps.

"A livello regionale - spiega Giovanni Sedioli, assessore regionale a Formazione e Lavoro - saranno attivati appositi programmi di politiche attive del lavoro diretti alla riqualificazione dei lavoratori sospesi o in mobilità a seguito di crisi per favorirne il ricollocamento occupazionale".

E per contrastare il ricorso al lavoro sommerso dei lavoratori non comunitari che hanno perso il lavoro - derivante dall'attuale disciplina relativa ai permessi di soggiorno - la Regione e le parti sociali si impegnano, attraverso la formazione e gli ammortizzatori sociali, a ricercare tutte le misure per la loro ricollocazione.

L'accordo, infine, avvia una procedura condivisa tra Regione e Province per la cassa integrazione straordinaria e la mobilità nelle aziende fino a 250 addetti con sta-



L'intesa vuole scongiurare iniziative unilaterali di licenziamento

Sopra, Duccio Campagnoli assessore regionale alle Attività produttive



bilimenti in una sola provincia. Come spiega l'assessore alle Attività produttive della Regione Duccio Campagnoli, "l'accordo presentato dalla Regione Emilia-Romagna per gli "Interventi nei processi di crisi e ristrutturazioni e per la gestione degli ammortizzatori in deroga" contiene significative novità, poiché non dà soltanto attuazione all'intesa Stato-Regioni per il cofinanziamento e per l'allargamento dell'uso degli ammortizzatori sociali (Cassa integrazione, mobilità, indennità di disoccupazione) sinora utilizzabili soprattutto per l'industria e per le imprese al di sopra dei 15 dipendenti. Ma individua e fissa criteri e indirizzi condivisi per le procedure e per la gestione di tali interventi - sia quelli in deroga sia quelli ordinari - per finalizzarli alla realizzazione di quello che proprio nella premessa dell'accordo viene definito come "un patto per attraversare la crisi, salvaguardando capacità produttive e professionali, occupazione, competitività e sicurezza sociale".

Quel patto, insomma, proposto dalla Regione al Tavolo insediato sin da gennaio con associazioni imprenditoriali e sindacali e che ha ispirato gli interventi della Regione e degli enti locali che si sono già attivati in tanti casi di crisi di impresa in questi mesi" ■



## LE REGOLE

### Politiche attive del lavoro, ammortizzatori sociali, nuove procedure

# I punti cruciali dell'accordo

**U**n impegno comune di Regione e parti sociali firmatarie per una gestione di tutti gli interventi, ordinari e in deroga, rivolta "ad operare per la salvaguardia dell'occupazione .... per la rioccupazione e la riqualificazione professionale a sostegno dell'occupabilità (...) con l'esclusione comunque di procedure unilaterali di licenziamento collettivo (...) e perseguendo anche nel caso di ricorso a procedure di mobilità criteri di volontarietà e considerazione della condizione previdenziale dei lavoratori che nel periodo di mobilità raggiungano il diritto alla pensione". Un impegno forte per difendere l'occupazione, insomma, a cui si affiancano nuove politiche attive del lavoro. La Regione, infatti, con la Commissione Regionale Tripartita alla quale partecipano associazioni imprenditoriali e sindacali e in collaborazione con le Province, definirà anche tutti gli interventi di politica attiva per il lavoro per la qualificazione professionale dei lavoratori in Cigs o mobilità.

#### Gli ammortizzatori sociali in deroga

Viene estesa la possibilità di utilizzo della Cassa integrazione così come delle procedure per la dichiarazione di messa in mobilità dei lavoratori in tutti i settori sinora non coperti (come ad esempio le imprese artigiane e industriali sotto i 15 dipendenti; del commercio sotto i 50 dipendenti; i settori di logistica, trasporti e servizi; le imprese cooperative anche oltre a quelle di produzione lavoro). Viene introdotta anche la possibilità di richiedere i trattamenti di Cassa integrazione e indennità di mobilità o di disoccupazione per i lavoratori con "contratto di lavoro subordinato che non beneficiano di nessuno degli ammortizzatori sociali stabiliti dalla legislazione ordinaria" (come ad esempio apprendisti, dipendenti delle agenzie interinali, lavoratori a domicilio collegati alle imprese che utilizzano la Cassa integrazione; mentre per i collaboratori a progetto per ora i provvedimenti governativi hanno consentito solo la fruizione di una indennità una tantum in caso di interruzione del contratto).

Una novità da sottolineare è in particolare la possibilità di utilizzare in deroga nei settori non coperti anche la Cassa integrazione ordinaria e non solo straordinaria. Una novità voluta particolarmente dalla Regione Emilia-Romagna perché consente un utilizzo effetti-

vo, semplice, e rapido di Cassa integrazione anche per le piccole imprese, mentre i criteri per la concessione della Cassa integrazione straordinaria risulterebbero comunque assai più complessi e impegnativi. E proprio nelle piccole imprese l'accordo sancisce l'impegno comune tra Regione, associazioni imprenditoriali e sindacati, di fronte alla crisi, a mantenere il rapporto imprese-lavoratori privilegiando riduzioni di orario invece che sospensioni totali e modalità di rotazione.

#### Gli interventi nelle crisi industriali

L'Accordo contempla che "a fronte della comprovata e condivisa necessità di realizzare processi di ristrutturazione o riorganizzazione (...) si esaminerà il confronto sul piano industriale comprensivi della gestione dei problemi occupazionali, con il ricorso quindi prioritariamente all'utilizzo della Cigs per ristrutturazione", che prevede una fruizione per 24 mesi e quindi un tempo più congruo per gestire eventuali problemi occupazionali. Per casi di ristrutturazione più complessi e con un impegno alla rioccupazione la Regione potrà poi concedere una proroga di questa Cigs per altri 6 mesi, cui aggiungerne eventualmente altri 6. Per l'utilizzo della Cigo, si potrà richiedere da parte delle imprese, sulla base di una comune dichiarazione con le organizzazioni sindacali circa la certezza della ripresa produttiva, una concessione immediata (e non più come generalmente avveniva sino ad ora dopo almeno 13 settimane), e con un anticipo diretto dei trattamenti da parte dell'Inps.

#### Le nuove procedure di gestione degli interventi: l'impegno di Regione e Province

La Regione sancisce, rispetto al Ministero del Lavoro, la propria responsabilità e funzione nella gestione dei nuovi ammortizzatori sociali e per la concessione degli "ammortizzatori in deroga", svolta con un impegno comune assieme alle Province. Presso gli uffici della Regione si svolgeranno le procedure per la concessione degli interventi in deroga e per l'esame delle richieste di Cigs e mobilità di aziende sopra i 250 addetti. Presso le Province si svolgeranno le istruttorie per tali richieste da parte di imprese sotto i 250 dipendenti" ■

di Natascia Ronchetti

Dalla Regione oltre 21 milioni di euro per sostenere la ricerca e la sperimentazione

## Innovare in agricoltura per superare la recessione

**L'**innovazione per contrastare la crisi e consentire alle imprese di accrescere la capacità competitiva. Sono le parole d'ordine dell'assessorato regionale all'Agricoltura, che ha messo in campo un programma straordinario di investimenti per sostenere la ricerca e la sperimentazione nel settore agricolo. Le risorse messe a disposizione ammontano a 21,5 milioni: uno stanziamento superiore del 60% a quello medio annuale che negli ultimi anni si era attestato su circa 13-14 milioni. "Abbiamo deciso questo impegno straordinario



Rabboni: "Mettere in sinergia le strutture e i canali finanziari per la ricerca"



**Tiberio Rabboni**  
assessore alla  
Agricoltura  
della Regione  
Emilia-Romagna

perché siamo di fronte a un anno straordinario – dice l'assessore regionale all'Agricoltura Tiberio Rabboni – È un anno di recessione con un calo dei redditi e dei consumi anche alimentari e che vedrà acuirsi il confronto competitivo tra i Paesi. Da questa competizione si può uscire anche più forti se si innova. La Regione ha deciso di fare questa scelta, con la quale vogliamo dare un segnale di incoraggiamento alle imprese, anche a livello nazionale, perché si faccia altrettanto in Italia". Una scelta politica con la quale la Regione invita le aziende a creare aggregazioni per costruire realtà produttive più forti. E alla quale Rabboni accompagna un appello al ministero per un maggiore coordinamento tra le strutture di ricerca regionali e statali, raccogliendo una richiesta che arriva dalle stesse associazioni di categoria (vedi intervista a fianco, ndr). "Ci stiamo – dice Rabboni – misurando su due piani. Da un lato c'è l'evidenza del ruolo competitivo della

ricerca e dell'innovazione a fronte dei cambiamenti climatici e della richiesta di nuove varietà. Dall'altro ci confrontiamo con la riduzione delle risorse statali per sostenere l'innovazione. Che fare allora? La risposta è che dobbiamo mettere in sinergia le strutture e i canali finanziari che alimentano la ricerca. Vogliamo mettere i piedi nel piatto della previsione di una ulteriore riorganizzazione delle strutture di ricerca ministeriali. Chiediamo di essere partners di un piano concordato". Alla riduzione delle risorse la Regione ha risposto fino ad ora aumentando la dotazione finanziaria per l'agricoltura: dal 1998 a oggi sono stati infatti finanziati 885 progetti di ricerca con una spesa pari a 85 milioni di euro, che sale a 210 milioni di euro se si considerano anche le risorse per l'assistenza tecnica e la formazione. "La vera novità è che quasi 9 dei 21,5 milioni oggi disponibili – prosegue Rabboni – andranno a finanziare progetti privati di ricerca competitiva il cui esito potrà essere

brevettabile. Il resto dello stanziamento è destinato a progetti generali di ricerca, tra i quali anche quelli selezionati con precedenti bandi".

Le iniziative in arrivo sono diverse, ma accomunate da un unico obiettivo, quello di trasformare la crisi economica in atto in una opportunità di ulteriore qualificazione del sistema agroalimentare regionale. In particolare oltre ai quasi 9 milioni destinati a sostenere progetti di ricerca competitiva immediatamente brevettabili, 7 milioni di euro andranno a sostenere il capitale umano, ovvero l'attività di assistenza tecnica e consulenza professionale al servizio delle aziende, mentre 6 milioni finanzieranno progetti di ricerca di interesse generale. E proprio su questo tipo di ricerca la Regione ha anche avviato collaborazioni con le Fondazioni bancarie dell'Emilia-Romagna. Due in particolare le iniziative in corso, una con la Fondazione Carisbo per la mappatura del genoma del grano duro e una con le

Fondazioni bancarie della Romagna per la mappatura dei genomi del pesce e dell'albicocco. La partenza del programma straordinario della Regione è prevista con tre bandi che metteranno a disposizione, per il 2009, 5 milioni, nell'ambito del Programma poliennale dei servizi di sviluppo al sistema agroalimentare. Rivolto a università, centri e istituti di ricerca, piccole e medie imprese agroalimentari, cooperative di lavorazione e trasformazione e consorzi, il Programma rappresenta una novità rispetto agli anni passati: un filone di finanziamento (1 milione e 400mila euro) è infatti rivolto a sostenere progetti di ricerca competitiva, immediatamente brevettabili, in grado di avere ricadute dirette sulla capacità delle imprese di stare sul mercato. Degli altri due bandi, uno (per 3 milioni di euro di contributi) è rivolto a sostenere progetti di ricerca di interesse più generale, nei settori forti del "made in Emilia-Romagna" (come i prodotti a qualità certificata, tipici e tradizionali), mentre il terzo bando (per 390 mila euro) permetterà di finanziare progetti di ricerca a sostegno di un altro settore strategico, quello della produzione integrata,

con particolare attenzione agli interventi in campo fitosanitario e alle tecniche di fertilizzazione. I contributi nei tre casi andranno da un minimo del 45% ad un massimo del 90% dell'importo ammissibile. Soddisfatte le associazioni di categoria. "La Regione - dice il presidente regionale della Confederazione agricoltori italiani Nazario Battelli - si è sempre caratterizzata per forti investimenti ma ultimamente erano stati tirati un po' i remi in barca. Adesso invece è stata data una forte accelerazione al supporto economico alle imprese. Ben venga in un periodo di crisi, anche se il nostro settore, che è anticiclico, risente con qualche mese di ritardo degli effetti delle situazioni econo-

miche. Nel 2009 i risultati li vedremo al termine della prossima campagna estiva. Il rapporto tra produzione e mercato potrebbe garantirci un livello adeguato di soddisfazione.

È probabile che sia mantenuto un equilibrio tra domanda e offerta, senza crolli delle quotazioni. Ci sono però due criticità: la svalutazione della sterlina, che ci penalizza su un mercato importante come quello inglese, e le difficoltà in Russia rispetto all'assicurazione delle nostre esportazioni". Ai 5 milioni in arrivo vanno aggiunti altri 3 milioni di euro destinati a finanziare i progetti poliennali di ricerca già approvati e avviati in anni precedenti ■



## IL CASO

### Parla Mauro Tonello, presidente regionale dell'associazione in Emilia-Romagna **Coldiretti: "Mettere in rete tutte le attività di ricerca"**

■ Lo sforzo finanziario della Regione è un passo in avanti importante. Ora però serve un maggiore coordinamento tra i centri di ricerca". A parlare è Mauro Tonello, presidente regionale e vice presidente nazionale di Coldiretti, che in Emilia Romagna associa 50 mila imprese agricole.

#### Qual è il percorso che indicate?

Avvertiamo la necessità della messa in rete di tutte le attività di ricerca e sperimentazione che vengono svolte nel nostro settore, che ha bisogno dell'innovazione. Intravediamo un percorso che porti a un maggior coordinamento tra i vari centri di ricerca presenti sul territorio, per un uso maggiormente razionale e concentrato delle risorse a disposizione.

#### Qual è la situazione del settore agricolo regionale?

Anche noi non siamo tagliati fuori dalla crisi economica. Le nostre imprese si stanno misurando con la stretta creditizia da parte del sistema bancario e avvertono i contraccolpi del calo generale dei consumi. Dobbiamo poi fare i conti con l'ampia forbice tra i prezzi all'origine e i prezzi al consumo, soprattutto sui

prodotti freschi, che resta inspiegabile. Quando la Gdo mi dice che non può fare prezzi diversi, io non posso fare altro che rilevare un'anomalia che va eliminata.

#### In che modo?

All'interno della filiera c'è chi porta dei costi, o delle remunerazioni, che sono ancora troppo elevati. È necessario armonizzare e accorciare la filiera, ridisegnando il sistema della distribuzione. Occorre poi riscoprire la stagionalità, spingendo un consumo adeguato ai momenti di produzione.

#### Cosa prevedete?

Anche se speriamo di poterci lasciare la crisi alle spalle il più velocemente possibile, i primi mesi dell'anno non sono stati di buon auspicio. I prezzi dei cereali stanno calando, ma contemporaneamente non vediamo un calo dei prezzi dei trasformati. La forbice tra i prezzi alla produzione e i prezzi al consumo continua ad essere troppo ampia. In questo modo non c'è alcun beneficio per i consumatori. Potremo tirare le somme, comunque, solo alla fine dell'anno ■

Pubb





di Silvia Saracino

La nuova sede sorgerà in un'area di 62 mila metri quadri, sempre a Borgo Panigale

## La nuova casa della Ducati

**V**ia libera al progetto per il nuovo insediamento produttivo della Ducati a Borgo Panigale. Con l'intesa siglata nei mesi scorsi tra Regione Emilia-Romagna, Comune e Provincia di Bologna, il presidente della Ducati Motor Holding Spa Gabriele Del Torchio e il presidente del Consorzio Cooperative Costruzioni Piero Collina, prende il via l'iter che porterà al nuovo stabilimento che sarà ultimato tra circa un anno a mezzo. Ducati rimarrà sempre la Rossa di Borgo Panigale, perché trasloca ma rimane nella stessa zona: il nuovo insediamento sorgerà su un'area di 62 mila metri quadrati - di proprietà del Consorzio Cooperative Costruzioni - tra la Persicetana, la tangenziale e la via Emilia. Obiettivo della nuova sede sarà quello di accrescere l'efficienza produttiva, innovare i processi attraverso le più moderne metodologie organizzative, ma anche migliorare la qualità della vita lavorativa dei dipendenti, sia per quanto riguarda il posto di lavoro che i servizi alla persona.

L'intesa prevede inoltre di rafforzare la collaborazione sulla ricerca tra Ducati, Regione Emilia-Romagna e polo universitario: in cantiere c'è l'ipotesi di un nuovo centro ricerche - che potrebbe entrare a fare parte della Rete regionale Alta Tecnologia - su tematiche che riguardano l'intera filiera motoristica di eccellenza presente sia sul territorio locale che regionale. Il progetto ha avuto il giudizio positivo anche delle organizzazioni sindacali (Fim, Fiom, Uilm territoriali e Rsu aziendali), che approvano la nuova localizzazione ma anche per l'impegno nella ricerca in collegamento con l'università e con la Rete Alta Tecnologia, oltre alla riorganizzazione lungo la catena del valore del prodotto, al consolidamento occupazionale e al miglioramento delle condizioni dei lavoratori. Impegni che l'azienda ha confermato in coerenza con gli accordi sottoscritti con i sindacati.

“È evidente - ha dichiarato l'assessore regionale alle Attività produttive Duccio Campagnoli - che per le istituzioni e per i sindacati la realizzazione del nuovo stabilimento

Ducati con un progetto condiviso, anche sul piano urbanistico, per consolidare l'occupazione e sviluppare ancor di più la grande eccellenza di qualità e ricerca tecnologica darà un risultato di grande rilievo per lo sviluppo produttivo, per il lavoro e per il valore di Bologna e dell'Emilia-Romagna, come centro dell'alta tecnologia nel mondo”.

In un momento di crisi economica che colpisce anche le imprese dell'Emilia-Romagna, la costruzione di un nuovo stabilimento è certamente “una buona notizia” ha sottolineato il presidente della Regione, Vasco Errani.

“L'importanza di questo accordo - ha spiegato Errani - è anche nelle conseguenze che comporterà: prima di tutto la collaborazione sull'innovazione e la ricerca scientifica che Regione, Ducati e Università realizzeranno nei prossimi anni”. L'intesa è importante anche perché “stiamo parlando di un simbolo

L'azienda punta ad accrescere l'efficienza produttiva

mondiale, che esprime qualcosa di più di una capacità tecnica e sintetizza bene l'identità di questa terra".

La nuova sede rientra nello sviluppo imprenditoriale di Ducati e servirà, si legge nel protocollo di intesa, "ad assicurare all'impresa la possibilità di perseguire con maggiore efficacia le proprie finalità produttive ed economiche, ma che al contempo massimizzi il valore per tutti i portatori di interesse in una prospettiva razionale e di integrazione con la comunità locale".

Campagnoli:  
"Un progetto  
condiviso  
per consolidare  
l'occupazione"

Nel nuovo stabilimento ci sarà tutto il ciclo produttivo attuale, ma migliorato nell'efficienza organizzativa, grazie all'impiego delle più moderne metodologie di organizzazione dei processi produttivi e a una maggiore integrazione con i fornitori a monte e a valle. Ci saranno i nuovi uffici e le nuove attrezzature di servizio e rappresentanza realizzate nell'ottica di una sede più funzionale e più a misura d'uomo. Il progetto industriale e architettonico verrà inoltre realizzato secondo i principi dell'efficienza

energetica, affinché l'azienda possa diventare non solo consumatrice, ma anche produttrice di energia elettrica con evidenti benefici per la comunità locale. Verrà anche ampliato il Museo Ducati – che conta ogni anno oltre 40 mila visitatori da tutto il mondo – ed è allo studio un'integrazione con il progetto "Fisica in moto", il laboratorio didattico di fisica dedicato a tutti gli studenti delle scuole medie superiori italiane. La scelta di rimanere a Borgo Panigale è dettata dal profondo legame storico della Rossa con quest'area bolognese: da quando l'ingegnere Antonio Cavalieri Ducati la fondò



nel 1929 con il nome di "società scientifica radio brevetti ducati" nella zona di Borgo Panigale. "Il legame con il territorio – si legge nell'intesa – è sempre stato uno degli elementi fondanti della propria strategia, tanto che oggi, grazie a politiche economiche, di comunicazione e marketing, in tutto il mondo Ducati è conosciuta anche come la Rossa di Borgo Panigale o la Casa di Borgo Panigale".

Una scelta, quella di Borgo Panigale, che rappresenta quindi una conferma dell'importanza che l'azienda assegna al valore sociale, economico e simbolico del radicamento sul territorio.

La scelta di rimanere a Borgo Panigale è dettata dal profondo legame storico della Rossa con quest'area bolognese: da quando l'ingegnere Antonio Cavalieri Ducati la fondò

energetica, affinché l'azienda possa diventare non solo consumatrice, ma anche produttrice di energia elettrica con evidenti benefici per la comunità locale. Verrà anche ampliato il Museo Ducati – che conta ogni anno oltre 40 mila visitatori da tutto il mondo – ed è allo studio un'integrazione con il progetto "Fisica in moto", il laboratorio didattico di fisica dedicato a tutti gli studenti delle scuole medie superiori italiane. La scelta di rimanere a Borgo Panigale è dettata dal profondo legame storico della Rossa con quest'area bolognese: da quando l'ingegnere Antonio Cavalieri Ducati la fondò

## IL PROGETTO

### Aperto da poco meno di un anno, è la memoria storica dell'azienda bolognese **Un museo da 40 mila visitatori l'anno**

**I**naugurato il 12 giugno del 1998, in occasione del primo World Ducati Weekend (il motoraduno internazionale), il Museo Ducati racconta al pubblico oltre mezzo secolo di competizioni e, più in generale, la storia dell'ascesa della Casa di Borgo Panigale.

La struttura, che richiama ogni anno 40 mila visitatori provenienti da tutto il mondo, ospita 43 moto da corsa che negli anni hanno ottenuto riconoscimenti e vittorie: l'excursus storico è stato organizzato in sette stanze tematiche multimediali dal curatore Livio Lodi, che ha creato un percorso su un'area di 1.000 mq dove le moto e le emozioni delle loro vittorie rivivono nelle "Rosse" ma anche nei filmati d'epoca, accessori, cimeli. "Una vera e propria macchina del tempo – dice Livio Lodi – attraverso la quale le vecchie generazioni di appassionati rivivono i fasti di un'epoca che sembrava scomparsa, mentre le nuove generazioni scoprono quanto vasta, ricca ed importante sia la storia di Ducati. Un sogno che si avvera per tutti coloro che amano le rosse di Borgo Panigale".

L'esposizione comincia da Cucciolo, il primo motore Ducati

sforato nel 1946 quando l'azienda si apre al mondo motociclistico: un economico micromotore che ha dato un fortissimo contributo alla motorizzazione riscuotendo un enorme successo popolare. Si passa quindi all'era Taglioni, cioè l'arrivo in casa Ducati dell'ingegnere a cui si deve l'applicazione del famoso sistema di distribuzione Desmodromica, che ancora oggi contraddistingue i motori Ducati. Taglioni fu anche l'ideatore delle famose "Marianne" 100 e 125 Gran Sport, regine dei Motogiri d'Italia intorno alla metà degli anni '50. Si prosegue nell'era delle varie moto bicilindriche fino all'arrivo, nel 1986, del rivoluzionario motore quattro valvole Desmodromico: è con questo nuovo potentissimo motore che Ducati, a partire dall'inizio degli anni '90, ha collezionato un successo dopo l'altro fino ai giorni nostri, con le attuali moto da competizione.

Dal 1998 ad oggi oltre 600.000 visitatori provenienti da tutto il mondo hanno ripercorso le tappe della storica Casa di Borgo Panigale e il Museo Ducati è ancora oggi una delle strutture museali bolognesi più visitate. ■



Il trasloco dà il via libera anche a un progetto di riqualificazione dell'area in cui sorge l'attuale stabilimento: sorgerà un nuovo insediamento residenziale, con anche negozi e uffici, da 115 mila metri quadrati: l'area - che fa da cerniera tra il nucleo storico di Borgo Panigale e l'espansione urbana verso ovest - è una naturale estensione del tessuto urbano residenziale anche perché può contare su un sistema strutturato di servizi ed è ben servita per quanto riguarda il trasporto pubblico.

Sorgerà un nuovo nucleo di funzioni che costituiranno un nuovo perno per la vita del quartiere: ci saranno, oltre a nuove abitazioni, anche attività commerciali e attrezzature di servizio e spazi verdi.

Si avvia pertanto il percorso istituzionale per consentire al progetto di passare alla fase di verifica ed attuazione ■



## LA SCHEDA

### Oltre 10 mila studenti l'anno visitano il laboratorio didattico **Studiare la fisica sulle moto di Borgo Panigale**

**D**all'incontro tra il Liceo Scientifico Malpighi di Bologna e la Fondazione Ducati è nato nel marzo 2008 il laboratorio Fisica in Moto: un innovativo laboratorio didattico di fisica dedicato a tutti gli studenti delle scuole medie e superiori italiane. Il laboratorio si trova all'interno dello stabilimento su un'area di 400 mq ed è nato con l'obiettivo di costruire un ponte tra la scuola e l'impresa: prima di realizzarlo è stato fatto un sondaggio tra alcuni ragazzi degli istituti superiori ed è emersa una visione della scuola come sistema chiuso in cui l'apprendimento teorico è slegato dalla funzione pratica. Ducati ha quindi pensato di aprire l'azienda agli studenti per dare loro la possibilità di capire come ciò che studiano sui banchi di scuola trova concreta applicazione nella produzione. L'utilizzo del laboratorio è gratuito e possono essere accolti 60 studenti al giorno per un totale di circa 10.000 all'anno. Grazie a macchinari interattivi, realizzati sulla base di 90 progetti provenienti da 15 università italiane, i ragazzi possono sperimentare in concreto i principi fisici studiati a scuola e come questi si applicano alla progettazione e fabbricazione di una Ducati da MotoGP. Non solo: il laboratorio è stato realizzato grazie a un accordo tra ministero della Pubblica Istruzione e Regione Emilia-Romagna e dal suo avvio ha consentito la realizzazione di cinque tesi di laurea (1 ingegneria gestionale, 1 ingegneria elettronica, 2 ingegneria meccanica, 1 economia).

Rimane inoltre la collaborazione con le facoltà di ingegneria meccanica e fisica degli atenei di Bologna, Firenze, Perugia, Modena e Reggio Emilia.

Il laboratorio è strutturato in tre sale: una speciale officina Ducati denominata "l'officina della Fisica", un laboratorio scientifico chiamato "gli attori dei principi fisici" e una sala Ducati Corse, "il MotoGP della fisica" dove gli studenti si sfidano in un vero e proprio MotoGP della fisica.

La prima sala riproduce l'ambiente caratteristico di un'officina ducati service: al suo interno sono presenti cinque postazioni interattive che introducono in modo intuitivo alcuni concetti base di fisica come il momento di una forza, l'attrito, gli urti, le forze elastiche.

La seconda sala consente di conoscere in maniera più approfondita i principi fisici, grazie a cinque macchinari progettati da ingegneri Ducati in collaborazione con fornitori altamente qualificati.

Sfruttando i principi sperimentati nelle sale precedenti, gli studenti danno vita nella terza sala ad un vero e proprio MotoGP della fisica, sfidandosi lungo i circuiti delle postazioni interattive.

Dopo aver concluso il percorso all'interno delle tre sale del laboratorio è prevista una visita alla fabbrica Ducati per toccare con mano come i principi fisici si trasformano, attraverso il lavoro dei tecnici e degli operai Ducati, nelle moto che sfrecciano sulle strade di tutto il mondo ■



di Silvia Saracino

Con la nuova tecnologia la Regione taglierà i costi di oltre 200 mila euro l'anno

# Con il VoIP il risparmio corre sulla fibra

**I**n tempo di crisi l'Emilia-Romagna sfrutta le nuove tecnologie per abbattere i costi della telefonata tra gli enti pubblici. La Regione è la prima in Italia a dotarsi della tecnologia VoIP – Voice over Internet Protocol – ovvero la telefonia digitale via internet: inaugurata il 17 aprile, consentirà agli uffici di via Aldo Moro di azzerare i costi fissi e ridurre notevolmente le spese per il traffico telefonico, con un risparmio di circa 200 mila euro all'anno, un milione di euro per i prossimi cinque anni. Ma il progetto è molto più ambizioso: se tutte

e il vantaggio di una tale infrastruttura”.

Per il progetto Lepida la Regione ha ricevuto un riconoscimento dall'Associazione Comunicazione pubblica, consegnato nel corso del Guglielmo Marconi Ict Global Forum Exhibition: “Per aver progettato e realizzato la più grande rete a banda larga tra le pubbliche amministrazioni mai realizzata in Italia e tra le più significative in Europa”, mettendo in collegamento (per ora) 340 Comuni, 9 Province e 18 Comunità montane. Il Voip viene considerato una “tecnologia del futuro”, in grado di sostituire gradualmente la normale telefonia consentendo un notevole abbattimento dei costi. Anziché uti-

lizzare diversi strumenti di comunicazione – telefono, fax, e-mail, instant messaging – il VoIP permette di incanalare questo grande traffico di voce e dati in un'unica autostrada digitale, percorribile da diversi mezzi, telefono compreso.

Con evidenti vantaggi non solo nella riduzione di costi ma anche nella snellezza ed efficienza operativa. Utilizza un protocollo di base (Tcp/Ip) e un convertitore analogico-digitale (Adc) che traduce la voce nel linguaggio di internet, ovvero in dati. Questi vengono suddivisi in pacchetti, che viaggiano sulla rete a banda larga e vengono poi riconvertiti in voce da un convertitore digitale-analogico (Dac). Il VoIP consente quindi di effettuare e

Campagnoli:  
“È la prima  
applicazione  
su larga scala  
della rete Lepida”

le pubbliche amministrazioni della regione aderissero – enti locali, aziende sanitarie e università – il risparmio previsto sarebbe di 50 milioni nei prossimi cinque anni.

Tutto ciò grazie alla rete regionale Lepida, la rete a banda larga delle pubbliche amministrazioni, su cui scorrerà il traffico senza doversi appoggiare sulla rete Telecom.

Grande soddisfazione per questo traguardo è stata espressa dall'assessore regionale alle Attività produttive e Piano telematico Duccio Campagnoli nel corso del Guglielmo Marconi Ict Global Forum Exhibition 2009: “Si tratta della prima applicazione su larga scala della rete regionale Lepida, che consente di abbattere i costi e fornire servizi evoluti ai cittadini e alle pubbliche amministrazioni regionali”. Se si pensa che “l'investimento complessivo su Lepida è stato di circa 60 milioni di euro e il risparmio previsto sui cinque anni sarà di 50 milioni, in caso di adesione di tutte le pubbliche amministrazioni, ben si comprende l'utilità





ricevere telefonate utilizzando la rete internet anziché la rete telefonica e la qualità delle telefonate è paragonabile a quella di una normale linea telefonica, basta disporre di una connessione internet a banda larga. I dipendenti della Regione utilizzeranno un software adatto, un paio di cuffie e microfono, e se si vuole telefonare da un apparecchio telefonico basterà collegare un dispositivo al modem e al telefono. In questo modo, ad esempio, si potranno leggere in posta elettronica i messaggi registrati dalla segreteria telefonica. Ma ci sono notevoli vantaggi anche per il cittadino che, ad esempio, potrà contattare i funzionari del Comune con un semplice click di mouse (click to talk). Con il passaggio al VoIP, alla Regione costeranno meno le telefonate verso l'esterno – tariffe ridotte del 36% per un risparmio presunto di 70 mila euro – e saranno a costo zero le telefonate interne agli uffici, con un risparmio di altri 75 mila euro. Inoltre, le nuove centrali – che sostituiranno i vecchi impianti – richiedono minore manutenzione e

consentiranno un risparmio di altri 50 mila euro.

Contestualmente all'introduzione del VoIP la Regione ha cambiato numerazione telefonica – il 527 al posto dei precedenti 639 e 628 – mentre le nuove tariffe sono gestite da Telecom, che si è aggiudicata la gara bandita da Intercent-Er (agenzia regionale per lo sviluppo dei mercati telematici): si tratta di tariffe particolarmente vantaggiose e applicabili a tutte le amministrazioni dell'Emilia-Romagna che intendono aderire alla convenzione.

Le tariffe sono mediamente più basse del 23% rispetto a quelle praticate dalla convenzione con Consip (quella precedente a Telecom), del 39% per le 17 aziende sanitarie e del 20% per la trasmissione dati.

La previsione della Regione è che entro l'anno il 70% delle linee telefoniche pubbliche emiliano-romagnole migrerà sulla tecnologia VoIP e garantirà il traffico telefonico fisso a costo zero tra tutte le Pa collegate alla rete Lepida e a costo ridotti per tutte le altre comunicazioni ■



**Al centro l'assessore regionale alle Attività produttive e Piano telematico Duccio Campagnoli con Grazia Cesari responsabile servizio informativo Regionale durante la conferenza di presentazione**

## IL CASO

### Dal 17 aprile scorso completata la migrazione del Fiera District **Tutte le tappe del VoIP**

**L**ingresso del VoIP in Regione è stato messo in atto attraverso una serie di tappe che hanno portato il 17 aprile all'introduzione della tecnologia negli uffici pubblici di via Aldo Moro, con l'obiettivo di estenderla progressivamente a tutti gli uffici periferici.

Le prime sperimentazioni del VoIP in Regione sono iniziate tra il 2007 e il 2008. Il primo passo è stato l'ammodernamento di due centrali telefoniche preesistenti e la realizzazione, tra di esse, di interconnessioni VoIP (interconnessioni trunking). Una volta consolidate le infrastrutture esistenti, sono stati predisposti progetti pilota per dotare alcune sedi periferiche di apparati di IP Telephony, ovvero telefoni VoIP ex novo che sostituiscono i tradizionali apparati di telefonia. Gli apparati sono stati interconnessi alle centrali telefoniche sfruttando i collegamenti di rete già esistenti, utilizzati per il normale traffico dati.

La fase sperimentale è stata portata avanti con successo e la Regione ha quindi deciso di fare il salto: a fine 2008 è stata installata nella sede di via Aldo Moro 30 (in ristrutturazione) una nuova centrale telefonica full-Ip, ovvero in tecnologia VoIP.

La nuova centrale, dotata di apparati ridondanti e di elevata capacità di gestione delle chiamate, è destinata a veicolare tutto il traffico telefonico degli uffici regionali e potenzialmente a fornire servizi di Ip Telephony a tutte le sedi regionali del territorio. Il 17 aprile si è completata la prima fase di migrazione sul Voip negli uffici regionali di Fiera District: ovvero sono passate alla nuova tecnologia le direttrici di interconnessione alla rete telefonica pubblica, con una nuova numerazione (051-527xxxx) unica per tutti gli uffici (per facilitare il passaggio i vecchi numeri rimarranno attivi fino a luglio 2009).

Tutto il traffico telefonico degli uffici regionali principali ora transita da e verso la rete telefonica nazionale attraverso un link VoIP a 10 Mbps di Telecom Italia, gestito interamente dalla nuova centrale telefonica full-Ip.

L'adozione della nuova tecnologia rientra nel Piano telematico dell'Emilia-Romagna (Piter) 2007-2009, che ha tra i suoi obiettivi quello di costruire una community network tra gli enti locali. L'obiettivo per il 2009 è di estendere la telefonia VoIP alle sedi regionali periferiche di Bologna, sostituendo alcune centrali telefoniche obsolete e con notevoli vantaggi in termini economici, oltre che tecnologici e gestionali ■

Pubb

Il Presidente della Repubblica in visita alla Camera di Commercio di Modena

# Dalla crisi deve e può uscire un'Italia più giusta

di Enrico Vincenzi

**U**n messaggio di fiducia agli imprenditori nel momento difficile di una crisi con cui deve confrontarsi anche Modena, una delle realtà industriali e sociali più avanzate del Paese. È arrivato dal Presidente della Repubblica Giorgio Napolitano nella sua visita alla città della Ghirlandina iniziata proprio dalla "casa delle imprese", la Camera di commercio.

Nella sala "Leonelli" della sede di Palazzo Molza, il presidente Napolitano, accolto dal numero uno dell'ente camerale Maurizio Torreggiani, ha trovato ad attenderlo una platea di autorità, tra cui il Governatore dell'Emilia-Romagna, Vasco Errani, il presidente della Provincia Emilio Sabattini, il Sindaco Giorgio Pighi e il Prefetto Giuseppina Di Rosa, e oltre duecento imprenditori di vari settori. La presenza del Capo dello Stato ha avuto anche un forte valore simbolico, nella provincia che forse più di ogni altro territorio rappresenta, a livello nazionale, la piccola e media impresa. Il discorso puntuale ed incisivo di Giorgio Napolitano è arrivato dopo l'analisi del presidente della Camera di Modena sullo stato attuale dell'economia provinciale che vive una fase di sofferenza piena di insidie. "Le imprese - ha detto Torreggiani - sono chiamate ad affrontare una sfida vitale per ripartire con determinazione quando si potrà invertire la rotta". Imprese che non debbono essere lasciate sole e per le quali "occorre potenziare una serie di interventi, investendo sul capitale umano e sulla formazione, sul capitale tecnologico come motore della crescita, incentivando l'internazionalizzazione, lavorando per ridurre le inefficienze del sistema Paese".

Vainer Marchesini della Wam group, esempio di "multinazionale tascabile" che partendo da Cavezzo si è consolidata con stabilimenti in tutto



il mondo, e Ivana Borghi della CSC, espressione viva di società cooperativa, hanno testimoniato le aspettative e le istanze di un' imprenditoria modenese che ha saputo crescere e guardare al futuro ed ora "ha volontà di uscire dalla crisi, ma trova un ostacolo nella carenza di infrastrutture e nella burocrazia" e vorrebbe "poter cogliere le opportunità".

Il Presidente della Repubblica ha ascoltato con attenzione il racconto degli imprenditori e rivolgendolo un apprezzamento all'industriosità e laboriosità del territorio, nel suo discorso ha espresso parole di fiducia importanti.

"Credo che non si possa in questo momento di crisi - ha detto il presidente Napolitano - fermarsi solo all'analisi complessiva ed ai dati statistici nazionali, ma bisogna entrare nel vivo, scendere più in profondità nel Paese ed accostarsi a realtà come la vostra. Realtà in cui si comprende meglio come si possa fronteggiare e superare la crisi ed aprire una nuova prospettiva di sviluppo al Paese. Io non ho mai fatto professione di pessimismo, sarebbe stato un errore ed una irresponsabilità".

Di fronte alla crisi dei mercati che si è estesa all'economia reale, il Presidente della Repubblica ha rilevato che è indispensabile "guardare in faccia ai pericoli a cui è esposta la società italiana, senza sottovalutarli e senza farcene impaurire; bisogna parlare il linguaggio della verità, perché il linguaggio della verità non induce al pessimismo, ma sollecita a reagire con coraggio e lungimiranza. La prova più alta che ci attende in questa fase sta nella capacità di unire le forze".

Il fatto che la volontà di crescere incontri ostacoli è il dato su cui concentrare l'attenzione.

La crisi può essere l'occasione per spingere alla coscienza di liberarsi di zavorre di decenni. "Se ci impegniamo ad eliminare le arretratezze, gli ostacoli e i ritardi - ha concluso il presidente Giorgio Napolitano - avremo non solo un Paese che si salva dalla crisi, ma anche un Paese migliore, un'Italia più giusta" ■

Il presidente:  
"Sono momenti difficili, ma siete bravi ad unire le forze"

## LE TAPPE

### Dal Quirinale alla Ghirlandina

**N**ella città di San Geminiano per il presidente Giorgio Napolitano sono state diverse le tappe nella giornata iniziata al Policlinico per l'inaugurazione della nuova sede del Pronto Soccorso, proseguita poi alla Fondazione "Marco Biagi" per la commemorazione del giuslavorista a sette anni dalla sua uccisione per mano delle Brigate Rosse. Il presidente ha poi deposto una corona al sacrario dei caduti partigiani alla Ghirlandina, ha incontrato in Municipio, Sindaco con Giunta e capigruppo, e infine ha visitato la Ferrari a Maranello: prima lo stabilimento, poi la pista dove ha potuto conoscere il team di Formula 1. ■

di Giuseppe Sangiorgi

Siglato un protocollo di intesa per sostenere la crescita delle imprese

# Camere e cooperazione per la competitività

**L'**obiettivo è fornire un supporto efficace nell'agire quotidiano alla cooperazione emiliano-romagnola che rappresenta il 28,3 per cento del fatturato nazionale del settore.

L'Emilia-Romagna è infatti la prima regione per l'incidenza degli occupati nelle cooperative sulla popolazione complessiva (35,8 addetti ogni mille abitanti).

Con questo fine, Agci, Confcooperative, Legacoop ed Unioncamere Emilia-Romagna hanno firmato un Protocollo d'intesa che punta a sostenere la crescita delle imprese.

L'accordo tra le tre Centrali Cooperative e le nove Camere di Commercio dell'Emilia-Romagna - rappresentate da Unioncamere - avvia un percorso innovativo per promuovere interventi mirati, sulla base di un'attività integrata di monitoraggio dell'economia.

Sviluppo sostenibile e responsabilità sociale d'impresa, qualità e innovazione, internazionalizzazione e semplificazione amministrativa sono gli scenari di lavoro comune.

L'accordo, di durata triennale, è la prima proiezione a livello regionale del Protocollo nazionale sottoscritto

nel 2004 tra le associazioni di rappresentanza del movimento cooperativo e l'Unioncamere italiana per sostenere la competitività dei territori. "Questo è un punto di partenza sul metodo e sulle priorità di collaborazione - dice il presidente di Unioncamere Emilia-Romagna,

Quasi un terzo del fatturato nazionale del settore è rappresentato dall'Emilia-Romagna



## GLI OBIETTIVI

Il tassello più recente di una articolata strategia di alleanze

### Una lunga strategia di collaborazioni

■ L'accordo con la cooperazione - afferma il presidente di Unioncamere regionale, Andrea Zanlari - è il tassello più recente che sviluppa una articolata strategia di collaborazioni istituzionali a supporto delle imprese". Il percorso è stato avviato tre anni fa dalla firma dell' Accordo Quadro tra Regione e Unioncamere per una nuova fase di sviluppo dell'economia regionale. Questo strumento operativo si è integrato ad una serie di protocolli di intesa e accordi specifici: per l'Osservatorio regionale dei prezzi e delle tariffe tra Regione, Unioncamere, Anci e Upi Emilia-Romagna; per il coordinamento delle attività in rete fra Sprint-ER e gli Sportelli per l'internazionalizzazione delle imprese presso le Camere di Commercio provinciali; con l'Assessorato regionale all'agricoltura per la promozione all'estero dei prodotti agroalimentari di

qualità; per la Promozione del Turismo in correlazione con il rinnovo quadriennale degli organismi direttivi dell'APT Servizi; in materia di formazione e mercato del lavoro con l'Assessorato regionale competente; con Regione ed Intercent-ER per lo sviluppo della conciliazione nei rapporti tra imprese, cittadini e pubbliche amministrazioni; per i marchi di qualità nel turismo con l'Assessorato regionale di riferimento. Un utile punto di riferimento per attività congiunte tra Camere e Province nei diversi contesti territoriali, è il Protocollo di collaborazione con l'Upi Emilia-Romagna. Da ricordare anche l'intesa con l'Anci Emilia-Romagna per le competenze relative al servizio metrico.

Prossima tappa di questo percorso di lavoro sarà l'accordo con Confservizi Emilia-Romagna, attualmente in gestazione ■



Andrea Zanlari - Il sistema camerale può trovare inediti stimoli progettuali, anche sulla spinta della riforma del diritto societario e dell'istituzione dell'Albo nazionale delle società cooperative, dal confronto con imprese orientate a imprimere carattere di socialità allo sviluppo ed impegnate a conciliare le esigenze della competizione economica con gli obiettivi mutualistici".

L'accordo guarda innanzitutto alla diffusione della qualità, all'introduzione di sistemi di certificazione e tracciabilità di imprese, produzioni e servizi. In secondo luogo, mira alla valorizzazione della specificità delle imprese cooperative in tema di innovazione, trasferimento tecnologico, formazione, responsabilità sociale, turismo, credito e sviluppo delle infrastrutture per il trasporto merci, anche attraverso l'utilizzo del project financing.

Per favorire la proiezione nei mercati esteri delle imprese cooperative, si cercheranno soluzioni coordinate anche attraverso la rete territoriale dello Sportello regionale per l'internazionalizzazione dell'Emilia-Romagna (Sprint-er). Una leva strategica è individuata nella semplificazione amministrativa, con l'estensione dei sistemi telematici e la dematerializzazione degli adempimenti, attraverso la firma digitale, la posta elettronica certificata e la Comunicazione Unica (prevista dalla legge n. 40/2007) per ridurre i costi e una maggiore rapidità di risposta.

Un'attenzione particolare sarà dedicata alla presenza delle donne in ambito cooperativo e negli specifici Comitati camerali per l'imprenditoria femminile.

L'accordo affida un ruolo importante ai Consorzi fidi per l'accesso al credito a breve e medio-termine in Emilia-Romagna. Si punterà al rafforzamento strutturale ed operativo del Consorzio Fidi Regionale della Cooperazione (Coop.er.fidi), la cui azione si è rivelata particolarmente utile: anche Unioncamere e Coop.er.fidi hanno sottoscritto nel dicembre 2008 l'Accordo per favorire e garantire la continuità dell'erogazione del credito alle imprese promosso dall'Assessorato regionale alle Attività Produttive ■



## L'ANALISI

### L'Emilia-Romagna al primo posto per occupazione cooperativa Il "peso" delle coop in regione

La cooperazione svolge un ruolo fondamentale all'interno dell'economia regionale: secondo il Rapporto sulle imprese cooperative di Unioncamere nazionale e dell'Istituto Tagliacarne, infatti, l'Emilia-Romagna è la prima regione per incidenza dell'occupazione cooperativa sul totale degli occupati extra-agricoli (9,8 % contro il 5 % della media nazionale). L'Emilia-Romagna, inoltre, è la regione in cui il numero degli occupati nelle cooperative è, in valore assoluto, il più alto (144.480 contro i 142.226 della Lombardia, che è la seconda regione in questa classifica). Le cooperative hanno un'incidenza significativa sull'occupazione regionale in diversi settori: il 25,4 % degli addetti dei trasporti in regione fa capo alle cooperative, lo stesso dicasi per il 18,4 % degli occupati nelle attività immobiliari informatiche e di ricerca, ed il 14 % degli operatori del credito e dell'intermediazione finanziaria.

A livello provinciale, la quota più elevata di occupati nelle cooperative sul totale degli addetti extra agricoli è quella di

Ravenna (13,4 %), che occupa la prima posizione sia in regione che a livello nazionale, davanti a Reggio Emilia (13,1 %). In regione seguono la provincia di Bologna (11,5 %) e quella di Forlì-Cesena (11,2 %), che occupano rispettivamente il 5° ed il 6° posto a livello nazionale. L'ultima provincia della regione in questa graduatoria è quella di Rimini con un peso degli occupati dalla cooperazione sul totale degli addetti extra-agricoli pari al 4,2 per cento. Alcuni settori delle cooperazione concentrano in Emilia-Romagna una parte molto consistente della propria attività: gli addetti del manifatturiero ed industria sono il 33,4% del totale nazionale, quelli delle cooperative del commercio all'ingrosso ed al dettaglio sono il 29,9%, nella ristorazione ed alberghi si arriva al 43,2 per cento.

Anche le analisi sul fatturato mettono in luce l'importanza della cooperazione in regione: l'8,5% del fatturato complessivo delle imprese in Emilia-Romagna è infatti attribuibile alle cooperative, maggior dato a livello nazionale ■

#### Graduatoria delle province per incidenza degli addetti delle cooperative sul totale addetti extra-agricoli.

Rank nazionale	Rank regionale	Provincia extra agricoli	Addetti Cooperative/ Totale addetti (ogni 1.000 abitanti)	Incidenza addetti / popolazione
1	1	Ravenna	13,4%	40,8%
2	2	Reggio Emilia	13,1%	53,4%
5	3	Bologna	11,5%	45,4%
6	4	Forlì-Cesena	11,2%	39,3%
9	5	Ferrara	9,9%	27,2%
14	6	Modena	8,0%	32,8%
17	7	Piacenza	7,6%	23,2%
37	8	Parma	5,8%	21,4%
68	9	Rimini	4,2%	14,2%

Fonte: Elaborazione Area studi e ricerche Unioncamere Emilia-Romagna su dati Unioncamere Italiana

Pubb



OSSERVATORIO  
TURISTICO  
REGIONALE



in collaborazione con Confcommercio e Confesercenti

## LE DINAMICHE DEL MERCATO TURISTICO: IMPATTO DELLA CRISI ECONOMICA INTERNAZIONALE ED ESIGENZE DI INNOVAZIONE

Estratto del Rapporto 2008

Nel tredicesimo rapporto dell'Osservatorio turistico dell'Emilia-Romagna vengono presentati i risultati del programma annuale di ricerche, realizzato sulla base della consolidata collaborazione tra la Regione ed Unioncamere Emilia-Romagna, finalizzata a diffondere una "puntuale conoscenza dei mercati turistici" e a favorire, a un tempo, "lo sviluppo e l'innovazione dell'offerta turistica", come recita la legge regionale n.7/98.



La pubblicazione del programma di ricerche dell'Osservatorio regionale è stata coordinata da Ugo Girardi, Segretario generale di Unioncamere Emilia-Romagna.

Nel Rapporto sono sintetizzati i risultati delle ricerche finanziate dall'Osservatorio regionale: "Il Bilancio consuntivo 2008 del turismo in Emilia-Romagna" (Trademark Italia); "Dinamiche di mercato e condotta delle imprese" (Iscom Group Bologna); "Il turista low cost" (Centro Studi Turistici di Firenze); "Turismo sociale: caratteristiche, qualità, tendenze" (Press and Web Bologna); Rossella Salvi responsabile dell'Ufficio Statistica della Provincia di Rimini, ha approfondito l'esperienza in merito alle statistiche del turismo avviata in ambito provinciale; Giuseppe Giaccardi, Lidia Marongiu e Andrea Zironi hanno sintetizzato le indicazioni del progetto internazionale "Fattore K", promosso dalla Regione Emilia-Romagna in partnership con Liguria, Sardegna e Toscana. ([www.fattorekappa.it](http://www.fattorekappa.it))

### UN NUOVO PATTO PER LO SVILUPPO TURISTICO

di Vasco Errani,  
Presidente della Giunta  
della Regione Emilia-Romagna

Chi opera nel settore sa che è sbagliato lasciarsi andare a facili entusiasmi, ma è pur giusto riconoscere i risultati che, dal 1998 a oggi, sono stati raggiunti dal sistema turistico emiliano-romagnolo. È passato un decennio da quando era praticamente impossibile "ragionare sul turismo", da

quando prevaleva una propensione a distruggere piuttosto che a costruire.

È stata fatta tanta strada e la scommessa fatta dieci anni fa è stata vinta, contro scetticismi comprensibili, contro una grandissima frammentazione del sistema delle rappresentanze istituzionali, delle associazioni di categoria, delle imprese e soprattutto dei modi di relazionarsi reciprocamente.

Oggi, il sistema dell'organizzazio-

ne turistica dell'Emilia-Romagna è quanto di più avanzato si possa trovare in ambito nazionale e rappresenta un punto di riferimento anche a livello internazionale. Non era scontato fare un così evidente salto di qualità; ancora meno scontato era farlo assieme, componenti pubblica e privata, associazioni e imprese, operatori.

Ci aspetta, subito, un compito difficile: proporre una nuova sfida per non vanificare i risultati raggiunti con la piena consapevolezza di una crisi mondiale per certi versi senza precedenti e che difficilmente farà sconti all'Italia. Prendere atto di questo momento così difficile non deve farci cadere nella poco convincente antinomia pessimismo/ottimismo che ci trascinerebbe in ragionamenti vuoti. La storia insegna che in ogni crisi, per quanto strutturale, si aprono nuove opportunità e si mettono in moto processi reali di cambiamento.

**Dobbiamo interpretare questa fase per costruire il cambiamento.**

In tanti considerano l'Emilia-Romagna come il motore del turismo italiano e di questo non si



può che andar fieri. Ma se davvero vogliamo svolgere una funzione leader, dobbiamo essere reali promotori del cambiamento partendo da una lettura corretta delle attuali condizioni che non permettono di rendere concreta l'asserzione che da decenni considera il turismo come la vera opportunità di sviluppo per tutto il nostro paese. Ciò non sta succedendo. Chiediamoci il perché attraverso alcune significative chiavi di lettura: "la cultura del turismo", "il turismo è organizzazione", "il turismo è integrazione".

È necessario ripensare l'esercizio delle professioni turistiche, rivedere il sistema della formazione professionale, individuare nuove esigenze e nuove figure. Fare turismo è cosa difficile, che prevede un miglioramento continuo, un'assidua attenzione all'ospite, una preparazione che va oltre la semplice conoscenza di una lingua. Ogni anno, nel mondo, nascono migliaia di destinazioni turistiche che immediatamente si trasformano in competitors che attuano strategie legate al prezzo, ma anche alla qualità dei servizi e dei prodotti offerti. Dobbiamo quindi preservare la capacità ospitale, la cultura dell'accoglienza che ha permesso la nascita e lo sviluppo di uno dei bacini turistici più grandi d'Europa, così tipica degli emiliano-romagnoli, e metterla a valore con lo sviluppo di un

innovativo modello di formazione e di gestione di tutti i "lavori turistici".

Parlare di organizzazione nel turismo vuol dire abbandonare posizioni autoreferenziali e mettersi in gioco, sullo stesso piano e assieme a tutti i soggetti chiamati a giocare la partita dell'innovazione. Stato, regioni e imprese devono identificare le esperienze di successo, quelle che funzionano e, partendo dalla condivisione di tali esperienze, devono operare per realizzarle su una scala appetibile per mercati e, cosa più importante, vendibile. Per questo motivo, è necessario fare "massa critica" per valorizzare il nostro futuro, un futuro comune che altro non è che il brand "Italia". Un brand che, nonostante tutto, è ancora così forte e conosciuto nel mondo.

Per partire col piede giusto non ci si deve chiedere cosa possa fare lo Stato per il turismo, ma cosa possono fare tutti i soggetti che operano nel turismo, "per il turismo Italia".

Chi accetta questa sfida, questa operazione sicuramente forte ma assolutamente necessaria, verrà premiato non solo dalle opportunità determinate dal sistema, ma anche dal mercato. Però bisogna decidere in fretta, senza perdere tempo: il mercato internazionale lascia tracce e indica strade che ben presto vengono confuse da

chi corre più forte.

Proponiamo un patto operativo con Enit con l'obiettivo di eliminare dispersione di energie e risorse e, contestualmente, dare valore aggiunto ai progetti. A Enit il compito di proporre un progetto dedicato a mercati ben identificati (la Cina, l'India, nessuna pregiudiziale) e di finanziare il progetto al 50%. Se ci sarà questo impegno, le Regioni saranno pronte a partecipare con le risorse necessarie a coprire il 100% del costo del progetto. Gli operatori, le imprese, dovranno affiancarsi per attuare il loro compito prioritario: la commercializzazione turistica. Questo impegno deve essere di durata quinquennale per garantire un vero accreditamento sul mercato scelto, e non la solita operazione promozionale a spot, che non porta alcun risultato commerciale.

In questi anni, il sistema dei voli low cost ha assunto una valenza significativa anche per il turismo emiliano-romagnolo; va per altro evidenziato che si tratta anche di un fenomeno il cui valore di "prodotto turistico" è tutt'altro che scontato. L'analisi dei dati relativi agli arrivi (incoming) non è confortante se lo si raffronta con quello delle partenze (outgoing). E allora diventa dirimente fare una scelta forte, coraggiosa, ma inevitabile: se vogliamo che i vettori low cost diventino un reale servizio per il nostro turismo dobbiamo far crescere i Club di prodotto, sia per dimensione che per capacità di intervenire sui mercati in qualità di operatori.

Dobbiamo fare massa critica, per essere protagonisti della commercializzazione ed evitare di rimanere schiacciati da chi dispone di ben altri mezzi e strutture. Se non si percorre con ancor più forza la strada dell'aggregazione, le imprese avranno possibilità di capitalizzare, non avranno le risorse per gli investimenti, non potranno più garantire servizi e prodotti ad alto contenuto di qualità.

La scelta che siamo chiamati a fare è ambiziosa e coraggiosa, ma

è l'unica che può permettere un radicamento significativo su specifiche aree-mercato internazionali. Ed è una scelta valida in assoluto, che deve prescindere da ragionamenti di parte e accomunare le risorse e le energie nazionali, regionali e locali.

Questo sistema commerciale più forte e innovativo deve disporre di un'offerta di grande qualità. La Fiera di Rimini, il palazzo dei Congressi di Riccione, il futuro Palazzo dei Congressi di Rimini sono esempi significativi di contenitori che favoriscono la qualità. Ma non basta: le imprese devono fare dei passi in avanti significativi per elevare la qualità delle strutture ricettive. Il periodo è critico; la Regione farà fino in fondo la sua parte. Penso all'utilizzo dei 70 milioni di euro (fondi comunitari) per la qualità urbana e la ristrutturazione del settore ricettivo; penso all'accordo (Consorti Fidi) per il sostegno al credito per le imprese.

### **La Regione non abbandonerà le imprese impegnate in investimenti.**

È oltremodo necessario prevedere investimenti per realizzare progetti di integrazione dei sistemi che inevitabilmente si incrociano e si influenzano: basta pensare all'accoglienza, ai trasporti, all'ambiente, al ciclo dei rifiuti, al risparmio energetico e subito si capisce che sul territorio interessato deve partire una progettualità univoca e capace di cogliere appieno il valore dell'integrazione.

Il valore dell'integrazione, nel turismo, va oltre ed arricchisce il prodotto di un'offerta intangibile e preziosa: la vacanza diventa esperienza di vita, di incontro con luoghi, con persone e con la loro vita.

I compiti che ci attendono sono difficili, è necessario un grande salto di qualità. Serve un patto che accomuni tutti i soggetti che fanno parte del sistema dell'organizzazione turistica. Qui in Emilia-Romagna, ma in tutto e per tutto il paese, perché l'obiet-





tivo è nazionale, è l'Italia, il suo brand e i suoi prodotti turistici. In questo quadro strategico, il sistema delle Camere di Commercio deve giocare un ruolo importante per l'esperienza che può mettere in campo, perché rappresenta il mondo delle imprese, perché già da tempo, in questo territorio, ha affiancato l'ente regionale sia per rafforzare il sistema organizzativo (vedi l'esperienza di APT Servizi), sia per attuare progetti concreti (vedi l'esperienza dell'Osservatorio Turistico Regionale).

Impegniamoci per trasmettere una nuova identità che si fonda sulla piena valorizzazione del territorio, un bene che non può più essere sprecato; un'identità che è arricchita dalla nostra capacità di accogliere e ospitare; un'identità che può trasformare il luogo in puro valore aggiunto.

Se tutti assieme percorreremo questa strada, allora sarà possibile costruire una nuova cultura turistica che si fonda su un'idea molto più ricca di quella dominante in questi anni e che mette al centro la comunità e la persona. Se alziamo lo sguardo sul mondo non vedremo solo crisi: oltre le rovine della cultura neoliberista c'è già un nuovo pensiero economico, c'è una nuova visione che ha piantato le sue radici sul valore dell'integrazione. E noi saremo vincenti perché conosciamo il valore dell'integrazione.

**Tabella 1 – Capacità ricettiva delle province dell'Emilia-Romagna Situazione al 31 dicembre 2002**

Province	Consistenza alberghiera			Consistenza esercizi Complementari e bed & breakfast		
	Esercizi	Letti	Camere	Bagni	Esercizi	Letti
Bologna	342	21.960	11.606	11.291	330	6.303
Ferrara	108	6.046	2.917	2.889	88	22.263
Forlì-Cesena	596	36.722	18.983	19.931	191	22.755
Modena	230	10.770	5.986	5.929	183	7.261
Parma	293	12.938	7.658	7.250	188	4.769
Piacenza	92	3.369	1.827	1.639	66	2.758
Ravenna	564	37.622	20.010	20.459	1.254	36.638
Reggio Emilia	132	5.937	3.094	3.021	96	2.908
Rimini	2.532	137.223	80.363	83.668	182	19.996
Emilia-Romagna	4.889	272.587	152.444	156.077	2.578	125.651
Italia	33.411	1.929.544	986.326	966.114	80.304	2.170.041

Fonte: Istat.

## LA CAPACITÀ RICETTIVA IN EMILIA-ROMAGNA

di Federico Pasqualini e Stefano Lenzi  
Unioncamere Emilia-Romagna

L'Emilia-Romagna vanta una struttura ricettiva tra le più importanti e articolate d'Italia. A fine 2007 erano operativi 4.688 tra alberghi e residenze turistico alberghiere, equivalenti al 13,8 per cento del totale nazionale. I letti a disposizione erano quasi 296.000, distribuiti in più di 153.000 camere servite da 157.231 bagni.

La rete degli alberghi è affiancata da numerose strutture extralberghiere, tra campeggi, agriturismo, bed & breakfast, ostelli, rifugi ecc. A fine 2007 questi

esercizi ammontavano a 3.422, equivalenti al 3,5 per cento del totale nazionale, con un'offerta di quasi 136.000 posti letto, pari a quasi il 6 per cento del totale Italia.

Gran parte della capacità ricettiva alberghiera è localizzata nelle province costiere, da Ferrara a Rimini. In quest'ultima provincia è presente quasi la metà degli esercizi alberghieri e dei posti letto disponibili. Il solo comune di Rimini ospita quasi un quarto degli esercizi e dei posti letto della regione.

Nell'insieme delle province costiere, la percentuale degli esercizi sul totale regionale sale al 76,4 per cento, e analoghe percentuali sono riscontrabili per letti (79,4 per cento), camere (78,4 per

cento) e bagni (79,4 per cento). La distribuzione delle strutture extralberghiere appare un po' più articolata sotto l'aspetto della consistenza degli esercizi, dato che le province costiere ne rappresentano la metà, contro il 76,4 per cento degli alberghi. La prevalenza diviene più netta in termini di letti, con le province romagnole più Ferrara ad accogliere il 78,0 per cento del totale regionale.

Se analizziamo l'andamento della capacità ricettiva alberghiera, tra il 2002 e il 2007, possiamo cogliere sostanziali cambiamenti. Si è innanzitutto consolidata la tendenza alla riduzione del numero degli esercizi alberghieri. Nel 2007 ne sono stati registrati in Emilia-Romagna, come accennato precedentemente, 4.688 rispetto ai 4.773 rilevati a fine 2006 e 4.889 di fine 2002.

Questo andamento è stato determinato essenzialmente dalle tipologie alberghiere meno qualificate, ovvero a una e due stelle, i cui decrementi, rispetto alla situazione dei cinque anni precedenti, sono rispettivamente risultati del 24,0 e 31,3 per cento. Segno opposto per le tipologie più qualificate, soprattutto per quanto concerne le residenze turistico-alberghiere e gli alberghi a quattro stelle. Le prime, tra il 2002 e il 2007, sono passate da 112 a 194 esercizi

**Tabella 2 – Capacità ricettiva delle province dell'Emilia-Romagna. Situazione al 31 dicembre 2007**

Province	Consistenza alberghiera			Consistenza esercizi Complementari e bed & breakfast		
	Esercizi	Letti	Camere	Bagni	Esercizi	Letti
BOLOGNA	352	24.615	12.989	12.691	613	7.729
FERRARA	109	6.841	3.193	3.195	212	26.621
FORLÌ-CESENA	603	44.403	19.373	20.021	451	24.584
MODENA	251	13.071	7.001	7.013	320	7.711
PARMA	269	13.157	7.680	7.472	308	6.414
PIACENZA	98	3.732	2.012	1.853	146	3.999
RAVENNA	562	40.332	20.541	21.028	907	35.346
REGGIO EMILIA	137	6.526	3.387	3.431	207	4.019
RIMINI	2.307	143.261	76.958	80.527	258	19.501
EMILIA-ROMAGNA	4.688	295.938	153.134	157.231	3.422	135.924
ITALIA	34.058	2.142.786	1.058.910	1.048.694	96.991	2.342.795

Fonte: Istat.

**Tabella 3 – Capacità ricettiva per tipologie di esercizi in Emilia-Romagna. Situazione al 31 dicembre 2002**

Tipologie	Esercizi	Letti	Camere	Bagni
Alberghi 5 stelle e 5 stelle lusso	5	852	463	467
Alberghi 4 stelle	283	36.107	18.798	19.346
Alberghi 3 stelle	2.198	149.100	81.586	84.535
Alberghi 2 stelle	1.468	59.044	35.191	36.037
Alberghi 1 stella	823	21.841	13.570	12.672
Residenze Turistico Alberghiere	112	5.643	2.836	3.020
<b>Totale Alberghi</b>	<b>4.889</b>	<b>272.587</b>	<b>152.444</b>	<b>156.077</b>
Campeggi e villaggi turistici	106	89.914	... (*)	... (*)
Alloggi in affitto	1.535	10.566	... (*)	... (*)
Alloggi agro-turistici	275	3.370	... (*)	... (*)
Ostelli per la gioventù	57	3.083	... (*)	... (*)
Case per ferie	87	9.594	... (*)	... (*)
Rifugi alpini	53	657	... (*)	... (*)
Altri esercizi ricettivi	39	6.452	... (*)	... (*)
Bed & Breakfast	426	2.015	... (*)	... (*)
<b>Totale esercizi complementari e Bed &amp; Breakfast</b>	<b>2.578</b>	<b>125.651</b>	<b>... (*)</b>	<b>... (*)</b>

(\*): Dato non disponibile.

Fonte: Istat.

(+73,2 per cento), mentre i secondi sono saliti da 283 a 381 (+34,6 per cento). Anche l'incremento degli alberghi a tre stelle è apparso significativo (+10,2 per cento), mentre è quasi raddoppiata la consistenza dei grandi alberghi a 5 stelle e 5 stelle lusso, passati da 5 a 9. In sintesi siamo di fronte a un chiaro processo di riqualificazione della struttura alberghiera. Oltre tutto la diminuzione degli esercizi non è andata a scapito della disponibilità di camere e posti letto. Le prime, tra il 2002 e il 2007, a fronte della

flessione del 4,1 per cento della consistenza alberghiera, sono cresciute da 152.444 a 153.134, mentre i posti letto sono aumentati da 272.587 a 295.938. Analoghi progressi hanno riguardato la consistenza dei bagni, passati in cinque anni da 156.077 a 157.231. Ci sono insomma strutture sempre più qualificate e capienti (il numero medio di camere per albergo è salito da 31 a 33, mentre i posti letto per esercizio sono aumentati da 60 a 63), in grado di offrire un migliore confort.

**Tabella 4 – Capacità ricettiva per tipologie di esercizi in Emilia-Romagna. Situazione al 31 dicembre 2007**

Tipologie	Esercizi	Letti	Camere	Bagni
Alberghi 5 stelle e 5 stelle lusso	9	1.336	710	724
Alberghi 4 stelle	381	48.556	24.359	25.017
Alberghi 3 stelle	2.423	174.444	88.844	91.919
Alberghi 2 stelle	1.116	45.913	25.436	26.041
Alberghi 1 stella	565	15.536	9.047	8.495
Residenze Turistico Alberghiere	194	10.153	4.738	5.035
<b>Totale Alberghi</b>	<b>4.688</b>	<b>295.938</b>	<b>153.134</b>	<b>157.231</b>
Campeggi e villaggi turistici	129	89.590	... (*)	... (*)
Alloggi in affitto	1.440	16.176	... (*)	... (*)
Alloggi agro-turistici	474	6.214	... (*)	... (*)
Ostelli per la gioventù	64	3.762	... (*)	... (*)
Case per ferie	137	14.113	... (*)	... (*)
Rifugi alpini	25	629	... (*)	... (*)
Altri esercizi ricettivi	1	494	... (*)	... (*)
Bed & Breakfast	1.152	4.946	... (*)	... (*)
<b>Totale esercizi complementari e Bed &amp; Breakfast</b>	<b>3.422</b>	<b>135.924</b>	<b>... (*)</b>	<b>... (*)</b>

(\*): Dato non disponibile.

Fonte: Istat.

Una conferma di questo processo di ottimizzazione delle strutture si può cogliere dalla situazione di lungo periodo. Se nel 1995 il rapporto bagni - camere era pari a 1,01, nel 2007 cresce a 1,03. Il miglioramento può apparire minimo, ma è tuttavia il risultato dei miglioramenti strutturali apportati agli esercizi alberghieri, per venire incontro ad una clientela sempre più esigente in fatto di comodità.

Nonostante il processo di riqualificazione delle strutture alberghiere, l'Emilia-Romagna registra tuttavia una percentuale di esercizi meno qualificati più ampia della media nazionale. A fine 2007 gli alberghi a una e due stelle costituivano, in termini di posti letto, circa un quinto del totale alberghiero, a fronte della media nazionale del 16,6 per cento. All'opposto nelle categorie più qualificate, ovvero a cinque e quattro stelle, l'Emilia-Romagna registrava una percentuale meno elevata rispetto a quella nazionale: 16,9 per cento contro 29,7 per cento.

Un analogo divario si notava anche in termini di posti letto delle residenze turistico-alberghiere, con la regione a registrare una quota del 3,4 per cento rispetto all'8,5 per cento della media nazionale. Dove l'Emilia-Romagna prevale rispetto all'offerta nazionale è nella tipologia a tre stelle, una sorta di classe mediana che non si può certamente considerare di "lusso", ma nemmeno di "umili" condizioni. In Emilia-Romagna quasi il 59 per cento dei posti letto è offerto da alberghi a tre stelle, a fronte della media nazionale del 45,2 per cento. Nella province romagnole la corrispondente percentuale si colloca tra il 61,5 per cento di Rimini e il 67,5 per cento di Forlì-Cesena.

Per quanto concerne le strutture extralberghiere, nel quinquennio 2002-2007 è emerso un andamento di segno decisamente contrario a quanto avvenuto per gli alberghi. Il numero di esercizi è infatti salito da 2.578 a 3.422, e lo

stesso è avvenuto per i posti letto passati da 125.651 a 135.924. Lo sviluppo maggiore ha riguardato campeggi, alloggi agro-turistici, case per ferie e, soprattutto, i Bed & Breakfast. Questi ultimi esercizi extralberghieri sono cresciuti in appena cinque anni da 426 a 1.152 sui 12.565 esistenti in Italia, con conseguente lievitazione dei posti letto da 2.015 a 4.946, rispetto ai 64.212 del totale nazionale.

Anche l'agriturismo merita una particolare considerazione. Il forte sviluppo delle strutture avvenuto tra il 2002 e il 2007 - gli esercizi passano da 275 a 474, i posti letto da 3.370 a 6.214 - è indicativo della ricerca di luoghi tranquilli, immersi nella natura. Secondo le statistiche di una specifica indagine dell'Istat, le aziende agrituristiche dell'Emilia-Romagna sono in grado di offrire una vasta gamma di servizi, non solo orientati all'alloggio e alla degustazione dei prodotti, ma anche ad attività sportive, compreso trekking, equitazione, escursioni, ecc. oltre a corsi vari.

La tipologia extralberghiera che tra il 2002 e il 2007 ha perso terreno è stata quella dei rifugi, i cui esercizi sono diminuiti da 53 a 25, con conseguente riduzione dei posti letto da 657 a 629. Il basso profilo della domanda turistica montana è probabilmente alla base di questo ridimensionamento.

## LA RECESSIONE ECONOMICA INTERNAZIONALE: UN'OCCASIONE PER LA RIORGANIZZAZIONE DELLE STRATEGIE DI SVILUPPO DEL TURISMO?

di Ugo Girardi

Segretario generale Unioncamere Emilia-Romagna

Nel Rapporto sull'economia italiana presentato da Confindustria nello scorso dicembre si sottolinea che, dopo il crack di Lehman Brothers del 15 settembre 2008, la crisi finanziaria internazionale si è abbattuta sull'economia reale con velocità e intensità eccezionali. Il rallentamento del commercio mondiale non ha solo colpito i Paesi più avanzati, entrati in recessione. Ha coinvolto le economie emergenti, motore della crescita mondiale nell'ultimo decennio, che nel 2009 registreranno un dimezzamento dello sviluppo.

A fronte della globalizzazione dei mercati, l'ondata partita da Wall Street ha sommerso il commercio internazionale. Le difficoltà delle banche a trasferire denaro al settore produttivo hanno alimentato la tendenza all'avvitamento dell'economia. I massicci interventi dei Governi e del FMI, che finora ammontano a circa il 12 per cento del PIL globale, non hanno ancora stabilizzato i mercati finanziari. La difficoltà di costruire nuove

regole per i mercati finanziari rischia di aprire varchi a risposte nazionalistiche e protezionistiche, che potrebbero accentuare la durata e la portata della flessione dell'economia mondiale.

Pur nella difficoltà di avanzare previsioni attendibili, il 2009 è contrassegnato da difficoltà anche per il turismo, l'attività economica con il più elevato livello di coinvolgimento di settori produttivi eterogenei. Le attività turistiche avvertono le ripercussioni della crisi, con la contrazione dei consumi e della capacità di spesa per le vacanze. Con conseguenze per il mercato del lavoro: in base ai dati della Commissione europea, il turismo contribuisce direttamente per il 4 per cento alla creazione del PIL nell'UE; con l'indotto sale ad oltre il 10 per cento, fornendo circa il 12 per cento dei posti di lavoro, con una crescita dell'occupazione notevolmente più elevata della media.

Le conseguenze della crisi internazionale per il turismo dipendono anche dalla peculiare configurazione della domanda. Il turismo è un mercato di mercati nel quale coesistono due grandi aggregati, con regole diversificate e con alcuni punti di contatto. Da un lato il turismo per il tempo libero, al quale fa capo oltre il 70 per cento del mercato, caratterizzato da una accentuata stagionalità e da una maggior permanenza media. Dall'altro il turismo d'affari, con filiera decisionale di tipo aziendale, stagionalità attenuata e una permanenza media assai breve. Il comparto leisure è condizionato, analogamente a quello business, dalla congiuntura economica, ma risente dell'influenza di componenti di natura sociale e culturale che spingono a non rinunciare alle vacanze pur in una fase di crisi.

Negli ultimi mesi del 2008 si sono manifestati i primi segnali di preoccupazione: ad esempio, la riduzione dell'attività nelle grandi città d'arte e cultura italiane, accompagnata dalla con-







trazione della domanda fieristica e congressuale. A livello nazionale, il 2008 ha visto una contrazione del 5,6 per cento nelle partenze degli italiani. Si è registrato un forte incremento dei soggiorni di breve durata all'estero, ma un calo delle vacanze in Italia: oltre un terzo in meno quelle lunghe, a fronte di un -5,7 per cento per le brevi. Il calo delle vacanze lunghe ha contribuito alla riduzione delle camere vendute nelle imprese ricettive (-6,7 per cento rispetto al 2007) con una perdita di fatturato pari a 927 milioni di euro (-6,2 per cento).

Dagli elementi a disposizione sul 2009, sarà più problematico frenare l'emorragia di turisti stranieri, mentre c'è ancora margine per arginare il calo di presenze italiane. Il Governo non ha previsto incentivi anticrisi per il settore, limitandosi ad assegnare alle famiglie a basso reddito, con un decreto dell'ottobre 2008, 5 milioni di euro per bonus per le vacanze non in alta stagione. La recessione comporterà una maggiore attenzione dei clienti al tema dei prezzi e determinerà una maggiore rilevanza dei canali low cost. La prevalenza nel settore di operatori di piccole o medie dimensioni dovrebbe garantire in Italia un livello di flessibilità e di capacità di assor-

bimento degli shock di mercato più elevato rispetto ad altre nazioni.

Nella Conferenza internazionale sul turismo "Destinazione Italia 2020", organizzata a fine gennaio a Torino dalla Confturismo, è stata riaffermata l'esigenza di affrontare problemi strutturali: la crisi come occasione per cambiare, per accelerare la riorganizzazione turistica. Per fronteggiare una fase di recessione particolarmente accentuata i poteri pubblici, in collaborazione con le forze imprenditoriali, dovrebbero cercare di impostare un new deal del turismo

Per quanto riguarda l'Emilia-Romagna, la Conferenza regionale del turismo di Riccione del dicembre 2008 è servita per mettere a punto proposte per affrontare una fase così impegnativa non limitandosi a minimizzare i danni, in attesa di un'inversione di tendenza. Le istituzioni e le associazioni di rappresentanza delle imprese hanno cercato di individuare soluzioni operative per trasformare la crisi in un'occasione di potenziamento competitivo del sistema regionale, offrendo spunti per impostare una rinnovata politica del turismo a livello nazionale. L'Assessore Guido Pasi ha rilanciato la necessità di un patto di collaborazione tra

Governo, Regioni, enti pubblici e mondo delle imprese per recuperare competitività in ambito internazionale, passando dall'ordine sparso alla geometria variabile. Esigenza già evidenziata nella Conferenza nazionale sul turismo di Riva del Garda del giugno 2008 dal Presidente della Conferenza delle Regioni, Vasco Errani, che ha sollecitato i diversi livelli istituzionali ad affermare la logica del fare, mettendosi alle spalle una volta per tutte "l'ennesima elencazione di problemi e il solito palleggiamento di responsabilità, alla base degli esiti a "bolla di sapone" di tante assise nazionali di settore.

A fronte delle tendenze evolutive in atto, la Conferenza regionale ha analizzato il rendiconto di quanto realizzato e fornito indicazioni preziose per mettere a punto una strategia a tutto campo, con logiche di sistema, per rafforzarsi nella non breve fase di recessione ed essere pronti alla ripartenza del dopo crisi. Tra le prospettive a medio termine, la Regione non trascura l'appuntamento dell'Expo 2015. Nel Protocollo di collaborazione del 30 gennaio 2009 tra le Regioni Lombardia ed Emilia-Romagna "per il governo del sistema delle eccellenze regionali e la definizione di attività condivise a supporto dell'Expo 2015" si prevedono iniziative congiunte per "la promozione dello sviluppo sostenibile", "il coordinamento e l'integrazione dei sistemi delle infrastrutture e dei servizi" e per "lo sviluppo dei sistemi di accoglienza turistica e della promozione culturale e territoriale al fine della messa a punto di un'offerta integrata". Una particolare attenzione è stata riservata nella Conferenza regionale al turismo sostenibile. Nell'Agenda per un turismo europeo sostenibile e competitivo della Commissione europea si sottolinea che il futuro del settore dipende principalmente dalla qualità dell'esperienza dei turisti. I turisti riconosceranno - è scrit-



to nella comunicazione dell'ottobre 2007 - "che le località attente all'ambiente avranno anche maggiore attenzione nei loro confronti". Integrando l'attenzione per la sostenibilità nelle loro attività, gli operatori del settore "proteggeranno i vantaggi competitivi che fanno dell'Europa la destinazione turistica più attraente al mondo, la sua intrinseca diversità e varietà di paesaggi e di culture". Anche in Emilia-Romagna si lavora d'iniziativa per affrontare la tematica della sostenibilità in modo socialmente responsabile, stimolando le imprese turistiche a innovare i prodotti e servizi e a migliorarne la qualità e il valore. L'obiettivo è disporre di un'offerta in grado di intercettare le esigenze di una domanda sempre più sensibile a quel complesso di situazioni che determinano il livello di qualità della vita. Il turista chiede una gamma diversificata di prodotti: salute, benessere, esplorazione del territorio, cultura, gastronomia, in sintesi esperienze piacevoli. Non bastano le grandi risorse naturali, artistiche e culturali da sole per vincere nella competizione globale. È necessario impostare una politica integrata del turismo, offrendo un insieme articolato di servizi, che non consistono solo nella ricettività, ma comprendono una vasta gamma di attività come la ristorazione, i trasporti, la sicurezza e le attività ricreative.

I vantaggi di indirizzi integrati di intervento per il turismo sono ben evidenziati dal modello di governance adottato con la legge regionale n. 7 del 1998 che ha ricercato il coordinamento delle azioni delle Unioni e dei Club di prodotto. La normativa del 1998 ha messo a sistema le diverse realtà territoriali e imprenditoriali, valorizzandone le identità ed evitando la separazione dei programmi pubblici di promozione e della commercializzazione dei privati. Il braccio operativo è diventato l'APT servizi, l'agenzia specializzata par-

tecipata dalla regione e dal sistema camerale per l'attuazione - anche all'estero, in collaborazione con l'ENIT - delle strategie in materia di promozione turistica. La legge 7 ha retto alla prova dei fatti. Ha conferito un'impronta più spiccatamente imprenditoriale all'organizzazione del sistema turistico e si è messa alle spalle la frammentazione a livello territoriale delle risorse e l'insufficiente coordinamento (se non la "competizione campanilistica") delle iniziative delle aziende di promozione operanti a livello provinciale.

Si tratta di un modello di riferimento ancora prezioso per impostare adeguate strategie di rilancio del settore a livello nazionale. Con la legge 2 del 2007 l'impianto normativo regionale è stato aggiornato adottando i sistemi turistici locali, previsti dalla legge quadro statale del 2001. Il legislatore nazionale ha messo a disposizione una opzione per promuovere efficacemente sui mercati esteri le grandi realtà turistiche: uno strumento per mettere meglio sul mercato le eccellenze turistiche italiane. Ma l'assenza di indicazioni sulla dimensione adeguata per acquisire massa d'urto nell'azione integrata di promozione e commercializzazione ha contribuito, in fase attuativa, ad alimentare una tendenza all'eccessiva frammentazione degli interventi. A fronte di esperienze caratterizzate da luci e ombre in altri contesti territoriali, in Emilia-Romagna si è introdotta una formula flessibile, per incentivare le aggregazioni progettuali e conseguire la massa critica necessaria per interventi di valorizzazione del territorio, idonei a integrare il turismo con altre politiche di settore (artigianato, agricoltura, commercio) e con interventi sul versante infrastrutturale.

Il governo integrato delle politiche può peraltro essere perfezionato - come sottolineato dal Presidente Errani nelle conclusioni della Conferenza - attra-

verso un più stretto coordinamento tra gli interventi di promo-commercializzazione dell'APT servizi e quelli per la valorizzazione della filiera agroalimentare di qualità, elemento propulsivo per il sistema turistico regionale. L'offerta turistica viene valorizzata dalle sinergie con la filiera enogastronomica. La valorizzazione delle produzioni agroalimentari di qualità, tipiche ed artigianali, sia sul mercato interno che all'estero, promuove le peculiarità presenti sul territorio che conferiscono valore aggiunto alla vacanza.

Un altro tema di rilievo affrontato nella Conferenza è il rapporto tra turismo e tecnologie, con particolare riferimento all'ICT, vale a dire all'informazione e alla comunicazione. L'avvento di Internet, a partire dalla seconda metà degli anni Novanta, ha esteso l'accesso ai consumatori finali, ridefinendo il sistema di business e la nozione di canale distributivo dei prodotti turistici.

L'Internet revolution non è riconducibile solo alla definizione di uno strumento, definisce una nuova logica di mercato, in base alla quale risulta decisivo saper comunicare. Il mercato si liberalizza. Grazie alla presenza sul web e ai motori di ricerca, ogni offerta, anche la più sperduta, può essere presente sul mercato e raggiungere il consumatore finale. Ne consegue la globalizzazione delle nicchie di mercato. L'effetto combinato della logica di Internet e delle politiche low cost hanno in sintesi determinato una forte segmentazione e una riorganizzazione del mercato, soprattutto nel segmento dei turisti "fai da te" che prediligono le informazioni dell'organizzazione turistica pubblica locale e della rete Internet. Di qui l'importanza delle politiche regionali per ridurre la digital divide e familiarizzare anche le PMI turistiche all'utilizzo delle nuove tecnologie dell'informazione come base per azioni mirate di marketing.



## SAPERE 'IN TEMPO REALE' QUANTI TURISTI SONO OSPITI DELLA RIVIERA?

di Rossella Salvi  
Responsabile del Servizio  
Statistica della Provincia di Rimini

La statistica ufficiale del turismo, impostata dall'Istat a partire dagli anni '50 (la prima edizione dell'Istat risale al 1957), con grande affidabilità metodologica e per i criteri di qualità riconosciuti a livello internazionale, seppure con diversi adeguamenti nel corso del tempo, risulta ancora inadeguata a rispondere alle necessità conoscitive dei sistemi turistici locali. Con lo studio progettuale "Sperimentazione di un sistema web per la raccolta dati sul movimento clienti nelle strutture ricettive della provincia di Rimini" realizzato in contitolarità con l'Istat e inserito nel Programma Statistico Nazionale, la Provincia di Rimini ha aperto una nuova fase nella rilevazione statistica della domanda turistica.

Per poter disporre di dati più tempestivi e più funzionali alle politiche di programmazione e di promozione turistica locale, è stato predisposto un nuovo sistema, basato su una web application che sfrutti la metodologia Istat nel campo della rilevazione della domanda turistica.

Il nuovo sistema utilizzato dall'Ufficio Statistica della Provincia di Rimini, oltre ai dati attualmente disponibili rilevati dalla consueta indagine Istat (nazionalità dei flussi turistici esteri e regione dei flussi nazionali) permette di conoscere le quote e la composizione dei diversi target (famiglie, giovani, anziani, gruppi, ecc.) che scelgono l'offerta riminese; l'andamento e le caratteristiche della domanda nei diversi giorni dell'anno; il rapporto tra domanda turistica maschile e femminile; la quota e le caratteristiche di flussi organizzati; le quote dei turisti vocazionali; il mezzo di trasporto utilizzato dai turisti.

La novità è che questi dati possono essere consultati con maggiore tempestività, addirittura in tempo

reale. Il nuovo sistema consente infatti di conoscere immediatamente i dati relativi alle caratteristiche dei turisti presenti sul territorio. La nuova organizzazione di rilevazione dati tiene conto del fatto che le imprese turistiche, per conto dell'Istat e del Ministero degli Interni, rilevano obbligatoriamente le diverse tipologie di dati attraverso due specifiche modulistiche: la Tavola A e la schedina degli alloggiati. Lo strumento, messo a punto con la partecipazione delle Associazioni albergatori, è un sistema democratico che consente la raccolta dei dati in base alle caratteristiche organizzativa dell'impresa ricettiva:

- I gestori delle strutture ricettive, che non utilizzano un proprio software gestionale ma che dispongono di un collegamento internet, possono compilare una apposita scheda informatizzata che consente di produrre la schedina degli alloggiati per l'Autorità di pubblica sicurezza e i dati per l'Ufficio di statistica provinciale.
- I gestori che utilizzano un proprio software gestionale possono inviare i dati attraverso il loro programma gestionale, appositamente predisposto con le specifiche concordate con l'Ufficio Statistica della Provincia di Rimini.

Il servizio deve realizzare la sempre più invocata semplificazione amministrativa e che nell'ambito delle rilevazione dati riguarda la riduzione del 'disturbo statistico'. Le imprese possono adempiere a due atti obbligatori (tavola A e

schedina degli alloggiati) contemporaneamente ad una loro attività aziendale: il check-in dell'ospite. E' infatti in questo momento che si generano i dati utili a implementare i sistemi di conoscenza della domanda turistica.

Oltre a ciò, l'applicativo web offre alcuni strumenti utili all'analisi della gestione dell'impresa quali statistiche di sintesi sulle provenienze, benchmarking (confronto dell'andamento della propria gestione con quella dei concorrenti presenti nel medesimo segmento di offerta), studi di settore (rilascio alle imprese, in tempo reale del numero degli arrivi e delle presenze).

Queste funzionalità, unite ad altre che saranno realizzate prossimamente (denuncia dei prezzi e delle attrezzature) prefigurano la nascita di un vero e proprio portale del turismo per le imprese ricettive.

Il sistema è soprattutto un nuovo modello di relazioni tra impresa e pubblica amministrazione, modello che utilizza le tecnologie informatiche e telematiche come strumento di comunicazione e di semplificazione.

Il percorso tracciato dall'Ufficio Statistica della Provincia di Rimini è stato condiviso con la Provincia di Forlì-Cesena (che ha adottato il software), con la Regione Piemonte (che ne ha mutuato la filosofia), con le Province di Parma e Cagliari (che stanno valutandone l'applicazione per i propri territori).

Per saperne di più:  
[www.provincia.rimini.it/informative/statistiche/index\\_stat.html](http://www.provincia.rimini.it/informative/statistiche/index_stat.html)



## Le nuove opportunità di rilevazione dati per il turismo

Alla Fiera Euro.Pa di Rimini, nel workshop intitolato "Turismo cercasi dati" l'Ufficio Statistica della Provincia di Rimini ha presentato un innovativo sistema di rilevazione che utilizza la telematica per semplificare adempimenti ed avere i dati in tempo reale. L'obiettivo è di intercettare i dati turistici dove si formano con una rilevazione della domanda al momento del check-in in albergo. Ciò consente di produrre elaborazioni statistiche strategiche per il flusso di informazioni di cui necessita il sistema turistico locale, sia in chiave di strumenti di marketing che sul versante delle politiche locali e degli indicatori di sostenibilità del settore.

L'applicazione web della Provincia di Rimini, per il monitoraggio della domanda turistica in tempo reale è stata illustrata al presidente della Regione Emilia-Romagna, Vasco Errani, in visita allo spazio espositivo della community dell'Emilia-Romagna a Forum.PA alla fiera di Roma. Il presidente Errani ha giudicato molto interessante questa modalità di raccolta dati ed ha suggerito alcuni piccoli miglioramenti per individuare con maggiore precisione l'ambito motivazionale della vacanza e del mezzo di trasporto.



Tiziano Alessandrini fa il punto sull'economia: "la sfida vera è promuovere l'innovazione

# Una regia condivisa per lo sviluppo

di Giuseppe Sangiorgi

**Q**uando, nell'estate 2008, è stato chiamato a guidare la Camera di commercio di Forlì-Cesena, Tiziano Alessandrini non poteva prevedere di dover affrontare una strada subito in salita, a causa degli effetti di una crisi finanziaria internazionale ancora non manifestatasi in tutta la sua

profondità e conseguenze sull'economia reale.

Nel gestire un percorso che si sta dimostrando molto impegnativo, proprio all'inizio del mandato, il presidente Alessandrini può però contare su una risorsa importante: l'appoggio e la coesione del Consiglio e della Giunta camerale, sulla base di

un programma nato da un approfondito confronto tra le componenti economiche del territorio.

"Indubbiamente il momento è complesso - sottolinea Tiziano Alessandrini - ma avevamo le idee chiare su come costruire un piano di lavoro preciso. La Camera di commercio si candida ad essere coprotagonista della governance territoriale, delle istanze dell'economia. La Camera di Commercio può essere il punto di sintesi con l'impegno di coordinare competenze, risorse, sforzi che il sistema territoriale sarà in grado di sviluppare sul piano dell'innovazione.

La lunga presidenza di Sergio Mazzi ha lasciato in eredità una Camera autorevole, rispettata e ricercata per un ottimo rapporto con le istituzioni territoriali, aperta alle imprese ed alle loro esigenze. L'obiettivo - aggiunge Alessandrini - è di continuare questa linea con un programma quinquennale da declinare e verificare con puntualità per apportare eventuali correttivi. La

Il territorio deve sapere gestire il cambiamento e non subirlo



Cesenate di nascita, forlivese di adozione, Tiziano Alessandrini, 56 anni, è direttore della Cna provinciale, carica che lascerà a fine giugno per dedicarsi completamente alla guida dell'ente di Corso della Repubblica.

## LA STRATEGIA

Quattro incontri di confronto tra istituzioni, enti e imprese

### Territorio: economia e società nelle vallate del forlivese

**P**er riaffermare il valore delle specificità e potenzialità locali come leve per lo sviluppo economico e sociale, pur davanti alla globalizzazione, la Camera di Commercio di Forlì-Cesena ha organizzato quattro appuntamenti nelle vallate forlivesi del Bidente, del Montone, del Tramazzo-Marzeno e del Rabbi. È stata un'iniziativa innovativa composta da focus articolati sul confronto con le istituzioni, gli enti, le imprese ed i cittadini, pensati per riflettere su dati, idee e progetti relativi allo sviluppo di queste aree.

"Partire dalla dimensione locale per organizzare

risposte strategiche agli stimoli del mercato - spiega il presidente camerale Tiziano Alessandrini - è la via migliore per sostenere politiche di coesione sociale, migliorare la qualità della vita, generare sviluppo economico, diffondere strumenti innovativi, tutelare l'ambiente come presidio del territorio e favorire formazione e crescita del capitale umano".

Il ciclo di incontri su territorio, economia e società, dopo il successo di partecipazione della prima fase, proseguirà nei prossimi mesi con riferimento all'area cesenate ■



## LA STRATEGIA

Tre milioni e 600 mila euro a sostegno delle imprese

## Promozione e sviluppo al centro

**L**e esigenze del sistema imprenditoriale locale sono alla base del bilancio preventivo 2009 varato dalla Camera di Commercio di Forlì-Cesena con l'obiettivo dell'efficacia degli interventi e dell'ottimizzazione delle risorse. Ammonta a 3 milioni e 600 mila euro (quasi il 30% dei proventi dell'Ente) la cifra stanziata per la promozione e lo sviluppo del territorio attraverso sei tipologie di intervento: sviluppo del territorio, delle infrastrutture e dell'economia (630 mila euro pari ad una quota del 17,50%); accesso al credito delle imprese (1 milione, 27,78%); internazionalizzazione (819 mila euro pari al 22,75%); innovazione, ricerca, università e scuola, informazione economica, statistica e sociale (244 mila euro, 6,78%); valorizzazione delle eccellenze del territorio, delle filiere agroindustriali, della formazione, della finanza d'impresa, dell'imprenditoria femminile e giovanile e della regolazione del mercato (257 mila euro pari al 7,14%); Contributi all'azienda speciale Cise per innovazione per le imprese e per la pubblica amministrazione, crescita qualitativa e sviluppo sostenibile, servizi per il sistema camerale (650 mila euro per una percentuale del 18,05%).

"A questi importi - precisa il presidente Tiziano Alessandrini - aggiungeremo altre risorse frutto del positivo andamento del bilancio consuntivo 2008. In particolare, vogliamo indirizzare le imprese verso scelte legate alla ricapitalizzazione, all'innovazione e al sostegno dello start up delle imprese condotte da giovani e donne" ■

crisi ha avuto l'effetto di compattare subito la "squadra" per trovare soluzioni alle difficoltà".

**Dal recente Rapporto sull'Economia della Provincia di Forlì - Cesena emergono alcune criticità.**

"Il 2008 si è chiuso con un forte rallentamento della crescita e diffusi segnali di difficoltà, pur con gradi diversi, in tutti i settori. Questo ci ha portato ad attivare un intervento straordinario di 500 mila euro per sostenere l'accesso al credito, attraverso i Confidi che possono prestare garanzie aggiuntive in favore delle

aziende su finanziamenti entro i 48 mesi, per dare un sostegno concreto al sistema imprenditoriale locale, in affanno rispetto alla gestione ordinaria. Si sono allungati infatti i tempi di pagamento, e ci sono aziende che hanno emergenze legate alla liquidità".

**Sostenere il credito e la finanza di impresa è l'attualità di un programma che si ispira a quali altre priorità?**

"Il territorio deve sapere gestire il cambiamento e non subirlo. Perciò, bisogna creare le condizioni per uno sviluppo di qualità, lavorando su vari fronti. Investire in formazione, per difendere l'occupazione, nell'immediato. Più in generale, giocare il ruolo della relazione tra le oltre 40 mila imprese di questo territorio, e quindi promuovere progetti intersettoriali ed interassociativi, facendo leva sul concetto di filiera e di rete di imprese. Penso sia importante agire con visione di area vasta, a geografia variabile. Per questo occorre stimolare azioni utili ad agganciare le reti lunghe dello sviluppo per l'innovazione e l'internazionalizzazione"

**Quest'ultimo fattore strategico, come va concretizzato?**

"La commercializzazione all'estero dei prodotti è solo uno degli aspetti di questo fenomeno. L'export della provincia di Forlì-Cesena nel 2008 è aumentato del 3,1% rispetto al 2,4% della regione, ma il nostro territorio esporta solo un quarto della produzione e il 36,8% di prodotti innovativi, ossia hi-tech. La nostra economia è concentrata su settori tradizionali, e buona parte delle produzioni si rivolge a settori maturi quindi più esposti alla concorrenza. Nei nostri poli di eccellenza (ortofrutta, calzaturiero, nautica, meccanica) si deve puntare a prodotti di qualità. Inoltre, - sottolinea Alessandrini - non bisogna andare all'estero in ordine sparso, ma sostenere le reti di impresa. È necessario accompagnare e supportare in tutti i modi le nostre aziende, facendo massa critica. Quelle con marchio già riconosciuto, più forti economicamente possono, in una logica di rete, fare da capofila a quelle più piccole stimolate ad innovare e a stare al passo. In questo senso si inquadra il progetto camerale del temporary

management per l'estero che ha avuto un buon successo. È necessario sostenere progetti innovativi, non solo per le imprese, ma per il territorio".

**La vera sfida al centro delle scelte strategiche camerali è quindi l'innovazione?**

"È l'elemento decisivo perché innovare è propedeutico al miglioramento di ogni azione aziendale: produzione, commercializzazione, finanza, organizzazione, di prodotto, di processo, di trasferimento tecnologico. La Camera di Commercio ha un'esperienza consolidata sia dalla presenza di un'azienda speciale per l'innovazione, il Cise, che a livello di servizi innovativi per le imprese. Ora vuole proporsi ancora di più come punto di raccordo per indirizzare risorse ed iniziative. Il fatto che Camera, Università, le Fondazioni bancarie delle Casse di Risparmio di Forlì e Cesena abbiano dato vita ad una realtà specifica come "Romagna Innovazione" è significativo della volontà di tradurre la ricerca di alto livello in applicazioni e soluzioni tecnologiche da trasmettere alle impre-

## IL PROGETTO



se. Questo vuol dire anche incontrare le pmi per suggerire funzioni aziendali dove innovare. In un'ottica più ampia, stiamo lavorando per realizzare nel prossimo autunno una iniziativa di interesse nazionale, "il valore dell'innovazione" coinvolgendo personalità di alto livello, istituzioni, politica, mondo del sapere e stampa e creare un laboratorio permanente".

**L'innovazione si misura anche sulle scelte in tema di infrastrutture.**

"Quando ne parliamo, dovremmo farlo nell'ottica dell'area vasta, che può anche non coincidere con i confini provinciali. Per quanto riguarda il settore fieristico, la strada tracciata pare essere lo scorporo della proprietà dalla gestione della Fiera di Forlì. Questo potrebbe portare ad un' unica società fra Forlì e Cesena, in grado di curare gli eventi, valorizzando le due manifestazioni principali, Fiera Avicola a Forlì e Macfrut a Cesena, per far sì che possano mantenere il ruolo di leadership. Non sarebbero poi da escludere collaborazioni con quartieri fieristici di dimensioni maggiori come Rimini e Bolo-

gna. Per la mobilità è ancora più evidente la necessità di interconnessione attraverso lo sviluppo della via Emilia bis tra Forlì e Cesena, il casello Rubicone sull'autostrada, la E55 e la statale 67 che potrà migliorare il collegamento con Ravenna e anche con Firenze. Infine, è importante il collegamento aeroporto - porto di Ravenna - autoporto di Cesena con lo scalo merci di Villa Selva per mettere in rete le due province".

**L'aeroporto "Ridolfi" come si colloca in questo contesto?**

"Il discorso è più complesso, ma con le nuove rotte attivate da Wind Jet e Wizzair a fine marzo si intravedono segnali di rilancio. È stato varato un nuovo piano industriale che punta sulla possibilità di ospitare voli cargo per meglio sfruttare la vocazione agroalimentare del territorio. È stata richiesta la concessione ad Enac che farà aumentare i ricavi, è partito il processo di privatizzazione della società di gestione Seaf (entro maggio il bando per l'operatore privato che diventerà proprietario al 60% N.d.r.), sta per svilupparsi il nuovo polo aeronautico (vedi box ndr).



Sarà necessario mantenere tuttavia alcuni punti fermi: non dipendere da una unica compagnia low cost, non perdere di vista i voli business e charter, riprendere i voli internazionali. Infine, cambiare la filosofia del traffico puntando a valorizzare i progetti di attrazione turistica che qui possono nascere coinvolgendo gli operatori e le istituzioni dei territori limitrofi, specie quello ravennate. La struttura aeroportuale di Forlì è in posizione strategica per il flusso turistico da convogliare verso le località prescelte" ■

Sopra, la sede della Camera di commercio di Forlì-Cesena

## Firmato l'accordo di programma per il più grande centro di formazione aeronautica italiano

# La cittadella del volo prende forma

**L'**Università internazionale dell'aviazione sarà a Forlì. La conferma è arrivata dalla firma dell'accordo di programma tra tutti i soggetti coinvolti (Comune, Camera di Commercio e Provincia di Forlì-Cesena, Seaf, Sapro, Università degli Studi di Bologna, Isaers, Itaer, Enav) per garantire uno sviluppo coordinato di quello che sarà il più grande centro di formazione professionale e ricerca tecnologica legata al volo. L'impegno economico è notevole: 62 milioni di euro di investimento nei prossimi quattro anni per creare un polo di eccellenza e spingere l'acceleratore sull'innovazione, qualificando la formazione e la didattica aeronautica.

"Forlì - dichiara Pier Ugo Calzolari, rettore uscente dell'Università di Bologna - fa nascere una struttura che darà un futuro a tanti giovani. La città ha scelto il futuro investendo sulla ricerca".

L'area che si snoda lungo via Fontanelle e si sviluppa attorno all'aeroporto diventerà una

"cittadella del volo". Sono diverse le strutture che andranno a costituire questo polo di eccellenza. Innanzitutto nuovi laboratori per la facoltà di ingegneria, che saranno realizzati dal Comune e dati in concessione all'Università. A Predappio sarà ristrutturata la ex fabbrica Caproni, che nel 1930/40 costruiva aerei, per farne laboratori avanzati di ricerca universitaria sulla fluidodinamica. "Sarà più avanzato di quello di Princeton - conferma il rettore dell'Alma Mater - e la stessa università Usa è presente nella compagine societaria del consorzio che ne è alla base".

Grande sviluppo avrà la scuola per controllori di volo dell'Enav, l'ente nazionale per l'assistenza al volo che in pratica raddoppierà la proposta con una nuova ala dell'edificio attuale, dando valenza internazionale al sistema formativo. L'Academy Enav ha diplomato oltre 300 controllori di volo in tre anni ad un ritmo superiore alla media euro-

pea. Al completamento del secondo edificio, secondo progetto in un paio di anni con un investimento di 20 milioni, si potrà insediare la scuola superiore nazionale di aviazione civile (su area in concessione 60ennale del Comune) quando nello scalo saranno entrati capitali privati. Seaf, la società di gestione dell'aeroporto di Forlì di cui è in corso la ricapitalizzazione, prevede entro il 2012 il potenziamento dei servizi "non aviation" (ristoranti, hotel, parcheggi, attività commerciali) su un terreno appena acquisito dal Comune. In progetto c'è pure la costruzione del "Campus universitario aeronautico" con mensa, foresteria, e spazi per attività sportiva (sotto la gestione di Isaers, l'istituto per lo studio e l'applicazione delle scienze aeronautiche) e di collegamenti viari (dopo la tangenziale est, sarà realizzata una nuova strada). Attraverso la società Sapro si punterà a favorire l'insediamento di industrie del settore logistico e della filiera aeronautica. ■

di Giuseppe Sangiorgi

Strategia comune per le Camere di Forlì-Cesena e Ravenna e altri enti

# Su turismo e marketing si gioca di squadra

**S**cenari suggestivi dalla costa all'entroterra, mare, parchi tematici e bellezze naturali, terme, città d'arte, poli museali e monumenti, offerta enogastronomica e artigianato artistico: questo panorama ricco e variegato contraddistingue e avvicina le province di Forlì-Cesena e Ravenna. È un patrimonio che attraverso una promozione comune può determinare un valore aggiunto e creare un volano in grado di coinvolgere le due province, in uno stretto connubio che lega il turismo e gli altri settori dell'economia, con evidenti ricadute in termini di ricchezza e sviluppo.

Su questa consapevolezza, le due Camere di commercio romagnole hanno stretto un'alleanza per avviare azioni di marketing accompagnate da adeguate forme di comunicazione

e promozione, da sviluppare nell'arco di tre anni a favore degli operatori economici di entrambe le province. I paesi esteri individuati per la promozione sono Olanda, Belgio, Germania, Danimarca, Svezia, Polonia e Lettonia.

Si stanno sviluppando le condizioni per condividere questa impostazione di marketing territoriale con le altre istituzioni delle due province e con organizzazioni interprovinciali e regionali, come il Gal-L'Altra Romagna e Apt Servizi. Un importante passo in questa direzione è rappresentato dalla "Convenzione per lo sviluppo della promozione turistica ed economica del territorio", sottoscritta, nella fase di avvio, da Camera di Commercio di Forlì-Cesena, Fondazione Cassa dei Risparmi di Forlì, e Camera di Commercio di Ravenna a cui ha aderito, tramite una compartecipazione finanziaria anche la Provincia di Forlì-Cesena e prossimamente, il Comune di Forlì.

L'idea è di promuovere e commercializzare il sistema territoriale allargato, in Italia e all'estero, utilizzando le strutture già presenti, come lo scalo aeroportuale forlivese, in collaborazione tra enti pubblici e operatori privati. Grazie a queste adesioni è stato costituito un Fondo gestito e coordinato dalla Camera di Commercio di Forlì-Cesena, con cui sarà possibile realizzare azioni condivise. L'ente camerale forlivese e la Fondazione hanno già stanziato risorse, rispettivamente, per 170 mila e 100 mila (di cui 50 mila come concorso finanziario alle iniziative in collaborazione con il Gal "L'Altra Romagna").

Il 2009 è l'anno di sperimentazione di questa modalità "integrata", destinata a sfociare in una pianificazione pluriennale (2010-2012) che coinvolgerà tutti gli enti e le istituzioni interessate.

Le possibili attività previste, oltre ad azioni di co-marketing ad integrazione con i programmi regionali e locali, saranno rivolte a sensibilizzare gli operatori professionali e i turisti stranieri sulle opportunità che il territorio delle due province offre, attraverso offerte come biglietti aerei scontati e strumenti quali web, p.r. on line, flyer, contatti con uffici stampa all'estero, pubblicità su riviste specializzate, visibilità radiofonica, prediligendo i Paesi collegati con lo scalo di Forlì. "Il Fondo - dichiara Tiziano Alessandrini, il numero uno dell'ente camerale di Corso della Repubblica - è un'esperienza inedita, uno strumento immediatamente operativo privo di costi gestionali, che consente alle istituzioni di Forlì, Cesena e Ravenna di partecipare ad una attività promozionale del territorio e dei suoi prodotti, supportando gli operatori economici nell'attività di incoming turistico" ■

Mettere in sinergia il patrimonio turistico e culturale delle due province romagnole



## I SERVIZI

### Da Forlì a Ravenna con navetta

**V**olo, soggiorno e collegamento con l'aeroporto "Ridolfi" in un pacchetto "tutto compreso", per il turista diretto a Ravenna e sulla costa. È il risultato dell'accordo raggiunto tra Ascom-Confercommercio Federalberghi ravennate, Seaf (la società di gestione dello scalo forlivese), Romagna Full Time che gestisce i pacchetti di commercializzazione dell'offerta. Gli aspetti più strettamente organizzativi fanno capo a Ravenna Incoming, mentre a Coerbus la gestione dei collegamenti con l'aeroporto che ha attivato nuovi collegamenti europei ■

Pubb



di Giuseppe Sangiorgi

A Parma, agroalimentare e turismo per il Japan Italy Meeting

# Emilia-Romagna e Giappone, c'è feeling

**N**onostante la difficile congiuntura internazionale, il Made in Italy non passa di moda in Giappone. I rapporti tra i due paesi, lontani geograficamente, ma vicini per l'attenzione alla qualità, sono stati al centro di "Japan Italy Meeting. Agroalimentare e turismo: la qualità italiana per il business col Giappone", un evento internazionale promosso dalla Camera di commercio di Parma in collaborazione con l'associazione Nipponica ed il patrocinio di Ministero degli Affari Esteri Italiano, Ambasciata e Consolato del Giappone, per incrementare le relazioni commerciali.

Le esportazioni emiliano-romagnole (nel 2008 pari a 714 milioni di euro) sono sostenute da autoveicoli, abbigliamento, macchinari industriali e prodotti alimentari, mentre le importazioni (531 milioni di euro), consistono soprattutto in mezzi di trasporto, macchine e apparecchi meccanici, elettronica, prodotti chimici. "Il Giappone - dichiara il presidente della Camera di commercio di Parma, Andrea Zanlari - è un mercato attento all'alta qualità. Questo significa un vantaggio competitivo per i nostri prodotti legati al territorio, e una ricaduta positiva dal punto di vista turistico".

Le cifre dell'incoming testimoniano l'interesse per l'Italia visitata ogni anno da circa 1 milione e mezzo di giapponesi. "Le mete abituali sono le grandi città d'arte come Roma, Firenze o Venezia - spiega il console generale del Paese del Sol Levante, Azuma Hiroshi - ma c'è spazio anche per destinazioni in parte nuove". In Emilia-Romagna gli arrivi nel 2007 (ultimo dato disponibile) sono



stati 20.791 e 50.160 le presenze. "Il flusso turistico dal Giappone all'estero è diminuito nel 2008 a causa dell'incertezza della situazione economica - sostiene Hiromi Haneishi, autrice di guide turistiche - ma il dato che riguarda l'Italia non è negativo rispetto a quanto accaduto altrove". Cultura, enogastronomia e shopping sono al centro dell'interesse giapponese.

"Eventi, design, gastronomia, lifestyle italiano ed il cuore delle città - dice Massimo Gottifredi, presidente di Apt Servizi - sono le proposte della nostra regione ai turisti nipponici che

ritornano con un approccio sempre più consapevole".

Oltre all'arte ed all'ospitalità, i giapponesi amano la nostra cucina: prova ne sono gli oltre 4000 ristoranti dove si mangia italiano, e non manca la pasta alimentare. "Ne vengono consumati 13 chili pro capite all'anno - ricorda Marco Bonati, export manager director di Barilla - che fanno del Giappone il principale mercato asiatico".

Sempre più spazio è riservato a prodotti come il Prosciutto di Parma, il Parmigiano Reggiano, l'Aceto Balsamico.

"Il consumatore giapponese - conferma Vincenzo Dieci, direttore di San Nicola Prosciuttificio Del Sole - dà grande valore alla qualità, alla sicurezza ed alla tracciabilità del nostro cibo, e non rinuncia anche davanti a prezzi elevati". Proprio una rarità alimentare arricchirà le tavole dei ristoranti del paese asiatico: in occasione del meeting è stato infatti annunciato l'accordo raggiunto dal Consorzio di tutela del Suino Nero di Parma per esportare ogni settimana un carico di 150 lombi della prelibata carne di maiale ■

## LA STRATEGIA

### Dopo l'estate, missione della Regione a Tokyo Automotive in mostra

**I**n autunno, l'Emilia-Romagna sarà protagonista anche con le sue eccellenze produttive scientifiche e tecnologiche. La Regione Emilia-Romagna, in collaborazione con l'ICE, partecipa infatti ad un progetto interregionale per la valorizzazione della filiera automotive in Giappone, dal 28 settembre al 17 ottobre al Museo della Scienza e dell'Innovazione di Tokyo. "L'obiettivo - precisa Ruben Sacerdoti, responsabile dello Sportello regionale per l'internazionalizzazione - sarà di mostrare la genialità, la creatività, lo stile, ma anche la tecnologia, l'innovazione, la qualità e l'affidabilità dei prodotti del comparto veicoli e settori collegati. L'evento sarà costituito da una mostra di immagine di alto profilo con l'esposizione di prodotti innovativi, seminari tecnici ed incontri b2b con le controparti locali" ■

Gli eventi 2009 verso il Giappone si pongono sulla scia delle azioni di promozione del Made in Italy: da "Italia in Giappone" (2001), all'Expo di Aichi (2005), alla "Primavera italiana" (2007) fino all'imminente "Autunno italiano"

Pubb

di Antonella Cardone

Un convegno per analizzare la situazione di uno dei principali comparti regionali

# Il punto sul settore dell'automotive

**L**e notizie che arrivano giorno dopo giorno da Torino, anzi, da Oltreoceano, sembrano trasformarsi in un segnale più che positivo per tutte quelle realtà dell'automotive che, in modo più o meno indiretto, hanno solo di che beneficiare dal fatto che la più grande industria automobilistica italiana stia vivendo un inaspettato rilancio. Già un paio di mesi fa, un'altra buona notizia era arrivata per gli imprenditori della componentistica automobilistica: tornavano gli incentivi governativi per l'acquisto di auto nuove.

È ancora presto, però, per tracciare un bilancio di come tutto ciò, quantitativamente parlando, si ripercuota sull'industria emiliano-romagnola. Gli statistici sono ancora al lavoro, e solo un dato certo è oggi disponibile: la quota di Fiat Group Automobiles in Europa Occidentale è arrivata a maggio al 10%. Non accadeva da otto anni: in un mercato ancora complessivamente negativo il gruppo italiano si discosta dalla media e continua a

muoversi in controtendenza, aumentando la quota di vendita nel Vecchio Continente di 1,6 punti percentuali.

A Bologna, nel cuore dell'Emilia-Romagna terra dei motori, è stato fatto il punto recentemente di cosa stia accadendo alle imprese dell'automotive nostrane. È accaduto in occasione dell'incontro che Unindustria, l'associazione imprenditoriale più grande del capoluogo, ha organizzato sul tema presso lo stabilimento bolognese della Magneti Marelli Powertrain, dove ha invitato oltre cinquanta imprese subfornitrici del settore dell'automotive sue associate. Si è avviato così un tavolo di confronto che - come ha sottolineato Maurizio Marchesini, presidente del settore Metalmeccanico di Unindustria e amministratore delegato di Marchesini Group - si propone di mettere in campo diverse misure. Con un obiettivo complesso: sostenere un settore variegato dove chi lavora con le case automobilistiche, tira il

fiato all'arrivo dei segnali di miglioramento, e invece sul fronte del mercato delle due ruote vede addensarsi nubi sempre più nere: per questi imprenditori, in particolare, la crisi sembra ben al di là dall'essere considerata superata.

Per questo il piano di Unindustria propone qualcosa di molto diverso da soluzioni tampone. Secondo quanto emerso dal convegno bolognese, sono tre le misure che le aziende chiedono alla loro associazione di riferimento. Anzitutto, aiutare i subfornitori nella ricerca di nuovi clienti esteri. In secondo luogo, migliorare le relazioni tra fornitori e committenti, anche nell'ottica della condivisione di progetti di ricerca. Infine, sostenere il deficit di liquidità con progetti mirati.

In una realtà come quella emiliana dove sono le piccole aziende a costituire la base del tessuto produttivo locale, come si può notare, le richieste di sostegno riguardano fronti davvero ampi. Si chiede, in sostanza,

Bene gli incentivi ma va salvaguardata la filiera nella ricerca di clienti esteri

## LA SCHEDA

### Motorsport ExpoTech

**S**econda edizione della mostra convegno internazionale dedicata al motorsport professionale, qui i leader della committenza hanno l'opportunità di confrontarsi con gli esperti della tecnologia e il meglio tra le realtà della subfornitura. All'edizione 2008 hanno partecipato quasi 400 aziende e marchi e ci sono state adesioni da più di 50 paesi e oltre 30 convegni scientifici ad alta specializzazione. Erano presenti le principali case del settore: dalla Ferrari, a Maserati, Lamborghini, Ducati, Jaguar, Bimota, Pagani, Dallara, Picchio, MV Agusta e Lotus ■





di essere aiutati a superare quelle difficoltà insite nella dimensione di impresa, che pure oggi, per sopravvivere sul mercato, vanno definitivamente rimosse. Ovvero la difficoltà ad affacciarsi sui mercati esteri, la mancata certezza delle commesse dei grandi fornitori e la criticità nell'accesso al credito.

Magneti Marelli Powertrain, attraverso il suo stesso ceo Piero Toselli, ha innanzitutto fornito alle imprese subfornitrici presenti all'incontro - guidate da Marco Bettini, coordinatore della Sezione automotive di Unindustria e presidente della Emilcamion Srl di Argelato - una fotografia sulla situazione del mercato dell'automotive: un mercato in cui quasi tutti i maggiori gruppi internazionali dell'auto, dei pneumatici, dei sistemi d'alimentazione, del condizionamento hanno chiuso il 2008 con il segno meno (in controtendenza, come detto, il gruppo Fiat). Ancora a febbraio le vendite chiudevano in negativo, rispetto ad un anno fa, anche in Giappone, Usa, Russia ed in quasi tutti i maggiori Paesi europei. In questo contesto che evoca la necessità di nuove opportunità di business anche per i subfornitori, Magneti Marelli Powertrain, in quanto realtà industriale internazionale presente in varie zone strategiche del mondo a supporto dei propri clienti automotive, ha messo a disposizione la propria

esperienza, in termini di informazioni e contatti utili, a tutte le aziende che avessero l'obiettivo di intraprendere iniziative sui mercati esteri.

Magneti Marelli Powertrain, inoltre, ha spiegato le sue linee di azione per il 2009, illustrando in particolare la road map dei suoi progetti di ricerca e ciò che, in riferimento ad essi, coinvolgerà le lavorazioni della componentistica ed il rapporto con gli stessi subfornitori. Ha poi messo in evidenza le opportunità nella crisi per quanto riguarda la mobilità sostenibile e l'auto "ecologica": c'è infatti in alcuni paesi (proprio per effetto degli incentivi) una ripresa delle vendite che si polarizzano verso vetture piccole con motori a bassi consumi, mentre crescono in Europa e negli Usa i sostegni allo sviluppo della mobilità ecocompatibile.

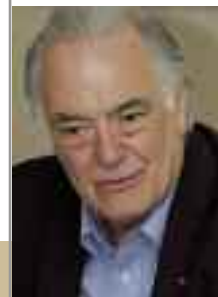
Opportunità nuove sono state offerte nell'incontro anche per quanto riguarda il credito, che nell'attuale fase di crisi resta uno dei maggiori "nervi scoperti" per le imprese. La Cassa di Risparmio di Cento infatti, sostenitrice del programma di attività del settore Metalmeccanico di Unindustria Bologna, ha annunciato l'intenzione - per bocca dello stesso Luciano Teneggi, vice direttore generale dell'istituto - di aprire una linea di credito a breve privilegiata per i subfornitori di Magneti Marelli

Powertrain e di altre importanti realtà industriali della provincia di Bologna.

Nell'occasione, inoltre, è stato presentato - attraverso l'illustrazione di Andrea Anderlini, presidente della Anderlini Meccanica srl di Zola Predosa e consigliere di Unindustria - un progetto di integrazione della filiera automotive nell'ambito di Unindustria Bologna, che mira a creare condizioni affinché i "piccoli" possano unirsi e scambiarsi risorse, clienti e capacità produttive, mettendo in opera le azioni possibili per fronteggiare la crisi.

"Come presidente del settore Metalmeccanico di Unindustria Bologna - ha affermato Maurizio Marchesini - ribadisco ai committenti di salvaguardare il più possibile la filiera, per avere domani alla ripresa l'opportunità di continuare a lavorare con i nostri fornitori. E dico ai subfornitori di concentrare le loro forze e cercare le più diverse forme di alleanze tra loro: dalla condivisione di alcuni costi, al passaggio di alcuni dipendenti, non restate immobili. La capacità di cambiare è stata la forza di Bologna e del suo distretto. In queste condizioni il mercato è inesorabile e spietato: noi dobbiamo essere ancora più bravi e consapevoli delle nostre forze, e non dobbiamo smettere di guardare avanti" ■

Chris Aylett,  
presidente  
MOTORSPORT INDUSTRY  
ASSOCIATION



## LA STRATEGIA

### Incontri con importanti aziende del settore in vista di Motorsport ExpoTech 2009 Ma Motorsport Industry Association in visita a Modena

Un sopralluogo in vista della partecipazione di aziende inglesi a Motorsport ExpoTech 2009, la mostra convegno internazionale dedicata ai materiali, le tecnologie, i prodotti e i servizi legati al mondo del motorismo da competizione, organizzata da ModenaFiere e promossa da Assomotoracing, in programma il 14-15 ottobre.

Chris Aylett, presidente della Motorsport Industry Association, associazione che raggruppa le aziende del motorsport britannico e il rappresentante del consolato inglese, Giacomo Mezzera, come delegato dell'agenzia governativa UK Trade & Investment, insieme a due delegati di aziende anglosassoni, hanno incontrato a Modena esponenti locali di Confindustria, CNA, Lapam e di alcune aziende del settore motorsport che prenderanno parte alla seconda edizione di Motorsport. La visita di Aylett è stata propedeutica alla mission di buyer inglesi che parteciperanno a Motorsport ExpoTech 2009 e

finalizzata a promuovere la vendita di stand non solo in UK, ma anche negli Stati Uniti. L'agenzia UK Trade & Investment, ente governativo inglese, faciliterà la partecipazione di aziende inglesi supportando economicamente l'acquisizione di spazi espositivi tramite la partnership della MIA. Dopo il successo della prima edizione del salone modenese, la Motorsport Industry Association ha confermato la partnership per il 2009, augurandosi che anche l'industria italiana del motorismo sportivo, leader mondiale in molte produzioni specifiche del settore, trovi uno sbocco nel mercato globale, come già accade per la "Motorsport Valley" inglese. Importante la presenza all'incontro del responsabile dei Rapporti Commerciali Automotive del Consolato inglese in Italia, che ha confermato il Patrocinio a Motorsport ExpoTech. La visita della delegazione si è poi conclusa nell'ambito della manifestazione "Modena Terra di Motori", con un sopralluogo ai padiglioni di ModenaFiere ■

## Un libro pieno di energia

*Il nuovo volume dei ricercatori bolognesi  
Vincenzo Balzani e Nicola Armaroli*



di Claudia Grisanti

**F**ino alla scorsa estate erano i quasi 150 dollari del barile di petrolio che tenevano banco. Poi, la crisi finanziaria mondiale, il crollo del prezzo del greggio e la minaccia di recessione hanno cambiato lo scenario. Bisognava sostenere le industrie: il vertice dei ministri europei di dicembre sulle energie rinnovabili è stato caratterizzato dalle pressioni per modificare gli obiettivi dell'Unione. A gennaio i contrasti politico-commerciali tra Russia e Ucraina hanno portato alla chiusura dei rubinetti del gas per il continente. È chiaro che la questione energetica, problema economico, ambientale e strategico, è più che mai aperta. Interviene nel

dibattito il volume edito dalla Zanichelli "Energia per l'astronave Terra", di Nicola Armaroli e Vincenzo Balzani. Armaroli è ricercatore presso l'Istituto per la sintesi organica e la fotoreattività del Cnr di Bologna, Balzani è professore di Chimica

all'Università di Bologna, ed è un esperto di nanotecnologia e fotosintesi artificiale. Cos'è l'energia e quanta ne usiamo? Quanto dureranno i giacimenti petroliferi? Che sviluppo ha avuto il nucleare nell'ultimo decennio? Queste domande e altre trovano risposta nelle pagine del volume, una risposta fondata su dati e cifre, che dovrebbero fare chiarezza su alcuni punti su cui ciclicamente la discussione ritorna. Si scopre per esempio che il nucleare è stato bocciato dalle leggi di mercato, e per questo il numero di centrali attive nel mondo è pressoché stazionario, una crisi che non dipende dal "no" degli ambientalisti.

Alcune pagine ritornano anche sulla

storia della chimica a Bologna. "Nel 1912 Giacomo Ciamician, a cui è oggi intitolato il dipartimento di chimica di Bologna, tenne una conferenza a New York, sulla fotochimica del futuro - spiega Balzani-. Allora si usava il carbone, molto inquinante, e Ciamician propose di sfruttare direttamente la luce del sole. Poi si scoprì il petrolio, che ha tutte le caratteristiche di una fonte energetica ideale, cioè concentrata, trasformabile in energia elettrica e carburanti, trasportabile facilmente. Il petrolio era molto più comodo del carbone e le ricerche sull'energia solare furono abbandonate. Per riprendere solo negli anni '70".

Adesso che, spiega Balzani, è necessario avviare la transizione da un'economia fondata sul petrolio a una basata sulle rinnovabili, le ricerche sull'energia solare e le altre rinnovabili sono tornate di attualità. "Il risparmio energetico non basta, dice Balzani, e il nucleare non è una soluzione". L'energia dall'atomo è afflitta da una serie di ostacoli mai risolti: si dipende comunque da paesi esteri per le importazioni di uranio, c'è il problema delle scorie, si deve cercare il know-how all'estero perché ormai in Italia mancano i tecnici del settore, e soprattutto, in assenza di interesse dei privati, lo Stato deve sobbarcarsi il pesante onere del finanziamento delle centrali. Le fonti rinnovabili sono invece la soluzione. "L'energia solare è immensa. È difficile da convertire, ma solo perché l'abbiamo studiata poco - osserva Balzani-. Tutte le rinnovabili possono contribuire a sostituire il petrolio, perché sono abbondanti. Ma bisogna svilupparle". Cosa possono fare le autorità locali e i cittadini? "C'è un enorme sperpero di energia, bisogna puntare sul risparmio energetico, anche stabilendo un quadro stabile di incentivi. L'Emilia-Romagna fa già molto, per esempio per il fotovoltaico. E poi bisogna continuare la ricerca. Sono per esempio allo studio pannelli flessibili con un rendimento maggiore degli attuali". Senza trascurare la ricerca sulla fotosintesi artificiale, "perché quella naturale non è un processo abbastanza efficiente" Come aveva immaginato Ciamician, quasi un secolo fa ■

Il punto su petrolio  
nucleare  
energie rinnovabili



Nel 2008 recuperate 730 tonnellate di generi alimentari per la solidarietà

# I "Brutti ma buoni" di Coop Adriatica

di Nicoletta Canazza

**C**he fine fanno le confezioni danneggiate che i supermercati tolgono dagli scaffali? E i prodotti prossimi alla scadenza? Ogni anno la quantità di merce "scartata" dalla grande distribuzione ha un costo enorme, dato dal valore in sé dei prodotti da eliminare – e si parla di tonnellate di alimenti – ma anche dalla loro gestione, selezione e stoccaggio prima dello smaltimento. La soluzione c'è: trasformare lo spreco in solidarietà. Ci ha pensato Coop Adriatica, la più grande catena distributiva italiana (oltre 9 mila dipendenti e un fatturato di circa 1,9 miliardi), che, nel 2003, ha iniziato a sperimentare, in collaborazione con l'Università di Bologna, un progetto per il recupero degli invenduti a fini sociali: solo dall'ipercoop di Bologna, si è scoperto presto, si potevano recuperare 140 tonnellate l'anno di merce.

Così è stato messo a regime il progetto "Brutti ma buoni", che permette di destinare frutta, verdura, carne, latticini e generi vari invenduti – perché prossimi alla scadenza o con piccole imperfezioni estetiche, ma ancora buoni e commestibili – ad associazioni di volontariato e cooperative sociali. "Il recupero degli invenduti a fini sociali – spiega Marco Gaiba, direttore delle Politiche sociali di Coop Adriatica – si inserisce perfettamente nell'ambito della strategia della sostenibilità del marchio. È un'importante azione per contribuire, con istituzioni e comunità locali, alla definizione di un piano coordinato di riduzione della povertà".

Tanto per dire: con BmB, nel 2008, è stato possibile recuperare circa 730 tonnellate di alimenti, a beneficio di 96 associazioni, che, grazie alle donazioni, hanno potuto risparmiare quasi 3 milioni sulla

spesa alimentare (1,3 milioni in merci solo in Emilia-Romagna): risorse prontamente reinvestite in attività di miglioramento delle strutture e della qualità della vita delle persone assistite. In tutto, gli alimentari così recuperati hanno garantito una media di 4100 pasti al giorno.

Oggi Coop Adriatica ha strutturato al suo interno un vero e proprio settore per le politiche sociali, con 5 dipendenti e una segreteria operativa, che organizza raccolta e donazioni nelle regioni in cui è presente il marchio: in tutto la rete comprende 15 ipercoop e 135 supermercati tra Emilia Romagna, Veneto, Marche e Abruzzo. I negozi attualmente coinvolti dal progetto "BmB" sono 51 e tra questi, tutti gli ipercoop del marchio. Nel 2008 hanno aderito al circuito i punti vendita di Forlì Portici e Castelmaggiore. Dal 2009 si agglieranno al progetto anche Casalecchio, Faenza, Sasso Marconi, Rimini e Ravenna.

"Nei negozi coinvolti – aggiunge Gaiba – il progetto viene attuato con il supporto di soci volontari della cooperativa, che, grazie alla loro conoscenza del territorio, intervengono nella ricerca, selezione e verifica delle onlus. La raccolta, invece, viene eseguita dai lavoratori, che ogni mattina preparano le merci, le controllano secondo rigorose procedure indicate dalle aziende sanitarie locali e, prima di mezzogiorno, le consegnano alle associazioni di volontariato. Queste ultime, infine, destinano i prodotti a persone in difficoltà, o all'alimentazione di animali malati o abbandonati, trasformando lo spreco in risorsa. Grazie al recupero, infine, l'iniziativa limita fortemente la produzione di rifiuti".

"Brutti, ma buoni" si regge su un

rigido protocollo per evitare il deterioramento delle merci, ma anche per non alimentare mercati paralleli. Per questo Coop ha scelto di siglare convenzioni solo con realtà dotate di servizio mensa, che possono garantire l'immediato consumo del prodotto evitando la possibilità di riconfezionamento. La scelta delle onlus beneficiarie viene fatta dai responsabili Coop dopo esami accurati delle candidature. Anche l'operazione "dono" non è automatica. Ogni punto vendita ha un addetto incaricato del conteggio settimanale delle merci da donare, di stocarle separatamente, controllarne la qualità e registrarle in uscita. "L'obiettivo – conclude Gaiba – è anche controllare le eccedenze e sensibilizzare gli addetti al trasporto e magazzino ad usare attenzione nella movimentazione e sistemazione delle merci" ■

Gli alimenti invenduti vengono destinati a cooperative sociali e associazioni di volontariato





di Nicoletta Canazza

Leader nei sistemi di aspirapolvere centralizzati, ha appena presentato l'ultimo gioiello

# Aertecnica: il fatturato vola con il Tubò



In 25 anni di attività l'azienda ha conquistato il 38% del mercato di riferimento

Sopra, Daniele Golinucci presidente di Aertecnica

**V**engono da Cesena i sistemi di aspirazione centralizzata più innovativi del mercato. Li produce Aertecnica, azienda leader del settore e forte ormai di oltre 100mila impianti prodotti e installati sia in abitazioni private che in grandi ambienti come hotel, ospedali, cinema, teatri, uffici.

Nata nel 1985, oggi l'azienda cesenate conta una quarantina di dipendenti, di cui 15 operai specializzati, 6 dedicati al servizio di assistenza e il resto divisi tra i vari dipartimenti. In circa 25 anni di attività si è conquistata

circa il 38% di un mercato di nicchia il cui valore è stimato complessivamente in 26 milioni di euro; il resto se lo contendono aziende minori, che non sono produttrici, ma si limitano alla commercializzazione e all'assemblaggio. Un primato, quello di Aertecnica, evidenziato dai numeri. Il fatturato 2008 ha superato i 10 milioni, con un giro d'affari realizzato per il 75% nelle regioni del Centro Nord Italia.

Gioiello della produzione cesenate è Tubò, un sistema aspirapolvere silenzioso e potente, capace di garantire pulizia e benessere all'interno dell'ambiente e particolarmente apprezzato da alberghi e grandi comunità. Le versioni avanzate, presentate ad aprile in anteprima alla fiera Termoidraulica Clima di Padova, hanno sollevato grande interesse per le soluzioni innovative applicate e il design. Non a caso il "nuovo" prodotto era stato preceduto da una lunga attesa.

"L'intenzione era di eseguire solo un restyling estetico alle macchine, trattandosi di prodotti già tecnologicamente avanzati - sottolinea

Alfredo Fantini, direttore commerciale Italia di Aertecnica - ma il restyling esterno è stato solo un pretesto per mettere in campo tutta l'energia e la professionalità che contraddistinguono l'azienda e realizzare macchine completamente rinnovate, che in comune con le precedenti hanno solo il nome e l'affidabilità. Ci siamo concentrati sulle esigenze concrete dell'installatore e dell'utente finale, in modo che i plus delle nuove centrali fossero recepiti da entrambi come benefici immediati. Ci sembra di esserci riusciti".

Le linee interessate dal restyling sono state la Tubò Classic (Tc) e la Tubò Perfetto (Tp), versione standard e inox, ovvero le centrali aspirapolvere dedicate all'edilizia residenziale e commerciale. Migliorate in design, funzionalità, efficienza, praticità e silenziosità, le nuove linee si avvalgono del protocollo di comunicazione Modbus, standard

affermatosi nel campo della domestica. In pratica Tubò si integra perfettamente con tutti gli altri impianti di automazione domestica intelligente e può ricevere istruzioni dallo stesso computer centrale che controlla anche climatizzazione, sicurezza, illuminazione o altri elettrodomestici. Un ottimo biglietto da visita per lo sviluppo futuro.

"Siamo soddisfatti dell'andamento del 2008 e ci aspettiamo un buon risultato anche per il 2009 - precisa Fantini -. In un momento di forte crisi dell'edilizia, che perdura ormai da qualche anno, aver tenuto sul fronte fatturato è già positivo. Le richieste del mercato ormai vanno verso prodotti ad alto valore aggiunto, tecnologicamente all'avanguardia, rispettosi dell'ambiente, con un buon rapporto qualità prezzo. Mai come in questi tempi di recessione gli investimenti si fanno in modo tanto oculato, con attenzione non solo ai prezzi, ma soprattutto alle garanzie per il futuro e quindi alla qualità. Per questo non possiamo permetterci di avere sul mercato prodotti "superati", non solo in tecnologia, ma anche in funzionalità, praticità e design. Ecco perché le nostre nuove centrali non possono passa-



re inosservate agli occhi esperti degli operatori”.

I margini di crescita ci sono dato che i sistemi di aspirazione centralizzata, diffusi all'inizio più nei paesi del Nord Europa, stanno conquistando sempre più spazio. Per il 2009 Aertecnica punta a consolidare la posizione sul mercato italiano e ampliare la sua quota su quello estero.

“Attualmente – aggiunge Fantini - la distribuzione avviene per lo più attraverso i canali del settore elettrico e idrotermosanitario, ed è molto alta nelle regioni del nord-est. In crescita anche la richiesta di prodotto da parte dell'utente finale. All'estero il nostro mercato di riferimento è costituito dalla maggior parte dei Paesi europei.

Iscritta all'Anie (Federazione italiana imprese elettrotecniche ed elettroniche) e all'Angaisa (Associazione nazionale commercianti articoli idrosanitari, climatizzazione, pavimenti, rivestimenti e arredobagno), l'azienda cesenate è l'unico produttore, al 100% italiano, certificato

con sistema di gestione qualità Uni En Iso 9001 sistema di gestione ambientale Uni En Iso 14001 ed è attualmente presente in oltre 30 paesi nel mondo. “Siamo orgogliosi delle certificazioni ottenute – conclude Fantini -. A differenza del mercato italiano, dove non è ancora abbastanza diffusa la sensibilità verso questi aspetti, nel Nord Europa, e in particolare in Germania, Danimarca e nei Paesi Scandinavi, le certificazioni sono fondamentali, anzi indispensabili.

Questo nostro vantaggio competitivo ci ha già permesso di entrare in mercati molto esigenti e selettivi come quello scandinavo. Il cliente odierno è molto attento ed esigente e così come sceglie i particolari di finitura, in fase di costruzione della propria casa, ugualmente può esprimere le proprie preferenze per gli impianti di pulizia, chiedendo i sistemi che maggiormente garantiscono la qualità dell'aria, la funzionalità, il rispetto dell'ambiente, l'affidabilità e la durata nel tempo” ■



Alfredo Fantini,  
direttore  
commerciale Italia  
di Aertecnica  
Sotto, il direttore  
Enzo Bucci



## IL PRODOTTO

Tubò è stato presentato a una platea di oltre 30 dealer e rivenditori asiatici

# In vetrina alla 17ª edizione di Expo Build Shanghai

**D**ebutto importante per Aertecnica Beijing Equipment, filiale cinese dell'azienda cesenate, che per la prima volta ha esposto a Expo Build 2009, la 17ª fiera dell'edilizia di Shanghai. Un traguardo importante per l'azienda che, aperta solo da poco più di un anno, è già arrivata a una delle vetrine più prestigiose (oltre 1600 aziende da tutto il mondo su una superficie di oltre 150mila metri quadrati), capace di attirare ogni anno migliaia di visitatori professionisti. Realizzata in collaborazione con BolognaFiere, la kermesse è uno degli eventi più importanti del settore materiali di costruzione per finestre, porte, muri e nuovi prodotti di vetro per l'edilizia visto che ospita in contemporanea anche le mostre Ceramics Tile & Sanitary Ware China 2008, Doors, Windows & Structures China 2008. Un'occasione unica per presentare Tubò a una platea selezionata di più di 30 dealer e rivenditori, giunti da venti diverse province cinesi e della Corea del Sud.

Particolarmente soddisfatti i vertici aziendali, il presidente Daniele Golinucci e il direttore Enzo Bucci, che spiegano: “Gli impianti aspirapolvere centralizzati, sconosciuti fino a pochi anni fa, si stanno ora diffondendo gradualmente così come le aziende che li producono e commercializzano. La penetrazione di Aertecnica sul mercato cinese nel 2008 si



è rivelata intensa e produttiva e le prospettive di crescita sono interessanti sia nel settore residenziale, dove abbiamo ottimi riscontri, che nel terziario”. Nei 54 metri quadrati del suo stand, Aertecnica ha messo in mostra sia le centrali monofase (Classic e Perfetto) che gli accessori di corredo (un separatore polveri e un modulo motore trifase adatto per il settore terziario), ma soprattutto le installazioni più recenti: nello stabilimento di 20mila metri quadrati della Sanxi Tianhong Silicon Materials, nell'area residenziale di DongHai Garden in cui sorgeranno 2mila villette, nei complessi residenziali Qian Shui Wan Project e Jing Ning Xing Tang-GuoCui City situati entrambi nella provincia di Shandong (per un totale complessivo di 420mila metri quadrati).

A Pechino, Aertecnica Beijing Equipment ha la sede legale e il magazzino, la produzione invece viene realizzata esclusivamente in Italia. Negli uffici, situati vicino al China World Center, nel distretto Chaoyang Cbd ovvero nell'area commerciale e finanziaria di Pechino, lavora uno staff di una decina di persone, mentre il magazzino si trova nella periferia a nord-est di Pechino, nella zona dell'aeroporto e dispone di una superficie per lo stoccaggio di macchine e accessori di circa mille metri quadrati ■

di Rossella Pressi

Il Gruppo Cremonini si è aggiudicato la fornitura sui treni francesi Tgv

# Ristorazione modenese ad alta velocità



**Il contratto ha una durata di 40 mesi per un fatturato di 280 milioni**

**D**a marzo il “re della carne” sale sui treni francesi ad alta velocità. Nei mesi scorsi, infatti, Luigi Cremonini, tramite la controllata francese Cremonini Restauration, si è aggiudicato la tranche principale della gara indetta dalle ferrovie francesi (SnCF) per i servizi di ristorazione on board su tutti i treni ad alta velocità Tgv, esclusi i Tgv Est e i treni Lyria. Con il nuovo contratto Cremonini Restauration gestirà la ristorazione su oltre 500 Tgv al giorno, circa l'85% dei treni ad alta velocità francesi.

La società modenese

(che da oltre dieci anni opera sul territorio francese e gestisce quotidianamente la ristorazione a bordo di ottanta treni, oltre ai servizi logistici in cinque stazioni parigine) confermerà tutto il personale che svolge l'attività sui Tgv.

“Il contratto della durata di 40 mesi - fanno sapere dall'azienda - genererà un fatturato complessivo di oltre 280 milioni di euro”. L'accordo prevede la gestione dei servizi di ristorazione sulle carrozze Bar di tutti i treni, che trasportano complessivamente oltre 89 milioni di passeggeri all'anno. Ma la fine del 2008 è stata parecchio movimentata per il Gruppo Cremonini che ha la sua sede a Castelvetro di Modena. In novembre si è infatti aggiudicato anche la gara indetta da Thalys International per la gestione dei servizi di ristorazione a bordo dei treni ad alta velocità Thalys che collegano Francia, Belgio, Germania e Olanda. I servizi, attivi dallo scorso dicembre, sono gestiti attraverso la controllata belga Railrest Sa (350 dipendenti, con quattro sedi operative a Bruxelles, Parigi, Colonia ed Amsterdam) e riguardano le linee

Parigi-Bruxelles, Parigi-Colonia, Parigi-Amsterdam e Parigi-Liegi, per totale di 75 treni al giorno.

Il nuovo contratto, della durata di 44 mesi con scadenza il 31 luglio 2012, prevede un fatturato complessivo stimato di circa 130 milioni di euro e la possibilità di rinnovo per ulteriori tre anni.

“Il prossimo obiettivo - ha commentato l'ad Vincenzo Cremonini - è uscire dai confini europei: stiamo guardando con grande interesse a un mercato ad alto potenziale come quello russo, dove sono in corso importanti investimenti in infrastrutture per l'ammodernamento delle reti ferroviarie”.

Il Gruppo Cremonini nasce 1963 quando Luigi Cremonini inizia l'attività nel settore delle carni e nel 1966 fonda l'Inalca, l'industria di macellazione della carne, gettando le basi per

lo sviluppo dell'attuale Gruppo, tramite acquisizioni di imprese operanti nell'ambito alimentare. La rapida espansione del Gruppo (l'ingresso nel business dei salumi, nella distribuzione di prodotti al foodservice, nel mercato della ristorazione collettiva e nel fast food con 96 locali a marchio Burghy), ne rende però necessaria, nel 1996, una razionalizzazione dell'assetto, tramite la cessione di alcune attività non strategiche e uno sforzo di investimento focalizzato sul core business.

Oltre alle attività di produzione di olio, vino e acqua minerale, vengono ceduti anche i ristoranti Burghy a McDonald's, nell'ambito di un accordo che prevedeva la fornitura quinquennale di hamburger da parte di Inalca al colosso americano dei fast food e che ha assicurato all'azienda modenese un notevole margine di crescita

Sopra, Vincenzo Cremonini







in chiave futura. Nel 1998 Luigi Cremonini assume il controllo del 100% del Gruppo e nel dicembre di quell'anno fa il suo ingresso al Mercato Telematico Azionario di Borsa Italiana. Dal luglio 2001 la Cremonini Spa fa parte del segmento STAR, dedicato alle aziende che rispondono a requisiti particolari di trasparenza informativa, liquidità e corporate governance.

Oggi il Gruppo Cremonini con oltre 8.200 dipendenti, è uno dei più importanti gruppi alimentari in Europa ed opera in tre aree di business: produzione, distribuzione e ristorazione. Il Gruppo, con ricavi stimati per 2,2 miliardi di Euro nel 2008 (+6% sul 2007), è leader in Italia nella produzione di carni bovine e prodotti trasformati a base di carne (Inalca JBS e Montana) e nella commercializzazione e distribuzione

al foodservice di prodotti alimentari (MARR). Oltre ad avere una presenza rilevante nel settore della ristorazione a bordo treno, nelle stazioni ferroviarie, negli aeroporti e nelle aree autostradali (Chef Express), è presente anche nella ristorazione commerciale con il marchio Roadhouse Grill.

Ed è proprio con questo marchio che, prima della fine del 2008 il Gruppo ha inaugurato la quindicesima steakhouse italiana. Secondo le previsioni, i 30 dipendenti del locale serviranno circa 100 mila pasti all'anno, con un fatturato medio a regime stimato in circa 2 milioni di euro all'anno. Complessivamente Roadhouse Grill conta circa 400 dipendenti. Un numero destinato però a salire. Lo scorso novembre infatti, la Cremonini S.p.A si è aggiudicata la gara per l'acquisizione di 12 punti di ristoro negli aeroporti di Roma. I punti vendita acquisiti esercitano l'attività di ristorazione in concessione all'interno degli aeroporti romani di Fiumicino (8 punti vendita, di cui 5 bar, 1 pub e 2 ristoranti) e di Ciampino (4 bar) e generano attualmente un fatturato pari a circa 16 milioni di euro l'anno.

Cremonini provvederà a ristrutturare i punti vendita entro i primi mesi del 2009, con l'obiettivo di diversificare e rendere più attrattiva l'offerta e di aumentare il fatturato: i locali saranno sottoposti a un'operazione di rebranding utilizzando i diversi marchi del Gruppo nella ristorazione (Chef Express, Mokà, Mr. Panino, Gusto), oltre all'inserimento di due importanti ristoranti a marchio Roadhouse Grill e McDonald's. Per la durata della concessione, che è di 5 anni, Cremonini prevede di realizzare un fatturato di circa 30 milioni di Euro all'anno. Il valore dell'operazione di acquisizione è di 12,1 milioni di Euro, comprensivi delle merci e attrezzature legate all'attività. Attraverso questa operazione, Cremonini compie un passo decisivo nella crescita nel segmento della ristorazione aeroportuale, dove ad oggi è presente con 13 punti vendita negli aeroporti di Roma Fiumicino, Cagliari, Palermo e Parma. Nel 2008 la Divisione Ristorazione di Cremonini aveva l'obiettivo di raggiungere un fatturato pari a circa 500 milioni di Euro, rispetto ai 444,1 milioni di Euro realizzati nel 2007 ■

## LA STRATEGIA

### Dura dal 1996 la joint venture con la principale catena mondiale di fast food **Da oltre 10 anni con McDonald's**

**G**li hamburger McDonald's (al 100% di carne bovina) dal 1996 sono firmati da Inalca JBS, società del Gruppo Cremonini, principale produttore italiano di hamburger. Un partner selezionato dalla catena di fast food (per l'Italia, la Grecia, Cipro, Malta e la Danimarca) per la lunga esperienza nella produzione di carne, la competenza e l'italianità. Oggi questo legame si rafforza ulteriormente con due nuovi panini ai "Sapori di Montagna", il Boscaiolo e il Tirolese, che agli ingredienti tradizionali dei panini McDonald's aggiungono lo Speck dell'Alto Adige igp fornito da Montana Alimentari (Inalca JBS) e prodotto da Recla, secondo produttore di Speck dell'Alto Adige IGP in Italia.

"La nostra partnership con McDonald's - ha spiegato Vincenzo Cremonini, Amministratore Delegato del Gruppo Cremonini - è consolidata da anni. Con lo Speck dell'Alto Adige IGP offriamo al pubblico di

McDonald's un altro prodotto tipico del nostro Paese".

"Questa partnership con il Consorzio Speck dell'Alto Adige IGP - ha affermato Roberto Masi, Managing Director McDonald's in Italia - conferma la nostra attenzione per la qualità e per ingredienti altamente selezionati e garantiti lungo tutta la filiera".

In Italia da oltre 20 anni, nel 2007 McDonald's ha realizzato un giro d'affari consolidato pari a 678 milioni di euro (+9.1% rispetto al 2006). Con più di 380 ristoranti presenti su tutto il territorio, McDonald's impiega circa 13.000 dipendenti a contratto a tempo pieno o part-time. Nella scelta dei propri fornitori, McDonald's conferma la tendenza ad essere un marchio "locale", privilegiando il territorio e l'imprenditoria nazionale: l'80% dei prodotti e delle materie prime impiegate nei ristoranti, infatti, provengono da aziende italiane ■

# Pubb

# Strumenti per la competitività dell'impresa

Corsi specializzati, iniziative su misura, modalità formative adeguate alle esigenze aziendali, elementi finanziari ad hoc: è sempre più strutturata l'attività per la gestione e la promozione dell'impresa

**I**nterpretare il costante bisogno di aggiornare e riqualificare è un' esigenza quotidiana per le imprese, soprattutto in tempi come questi in cui l'innovazione rappresenta una delle leve su cui agire per impostare strategie di superamento della crisi.

A questo riguardo, in Emilia-Romagna, strutture qualificate mettono a disposizione delle Pmi strumenti adeguati alla promozione della cultura di impresa ed al sostegno delle competenze manageriali.

Trasmettere nuovi impulsi e aggiornamenti per la crescita del personale, formare in una logica di interdisciplinarietà, fornire alle Pmi utili elementi per verificare e monitorare il proprio fabbisogno ed individuare così le aree strategiche su cui intervenire efficacemente: sono questi gli strumenti a disposizione dell'azienda intesa come un sistema aperto che, come tale, per poter crescere ed evolvere, deve comunicare con l'esterno e creare un circuito fluido di informazione al suo interno.



# Pubb



## CTC: formazione su misura per migliorare la competitività d'impresa

In quasi ventidue anni di attività, dal 1987 a oggi, il CTC, ha realizzato 8.000 tra corsi e seminari ed erogato 170.000 ore di formazione a vantaggio di oltre 120.000 partecipanti.

Il Centro di Formazione Manageriale e Gestione d'Impresa della Camera di Commercio di Bologna inizia il 2009 con un programma ricco e diversificato, che integra tra loro modalità didattiche tradizionali con e-learning, project work, role playing, formazione esperienziale.

"La nostra offerta formativa - afferma il direttore del CTC, Pier Sergio Caltabiano - spazia da 19 Executive Master, come i Programmi Prometheus in Direzione Aziendale e Strategica, Seneca in Gestione dei Processi Formativi, giunti rispettivamente alla XVII e alla XXIII edizione, ai più recenti Agorà in Marketing Strategico e Gestionale, Homerus in Formazione Emozionale, Eres in Amministrazione e Controllo, Aureus in Finanza Aziendale, a 250 corsi e seminari differenziati nelle aree tematiche trasversali ai diversi settori economici, come le aree management, sviluppo personale, risorse umane, marketing, comunicazione, logistica, strategie ed organizzazione, finanza aziendale". Nel 2009, anno che l'Europa dedica ai temi della creatività e dell'innovazione, il CTC darà impulso all'apprendimento puntando soprattutto sullo sviluppo personale, sull'empowerment e quindi, sul potenziamento delle competenze individuali dei ruoli decisionali in azienda. "Agiremo in modo capillare sulla persona - aggiunge Caltabiano - anche attraverso servizi di counselling e di executive coaching, due dimensioni metodologiche che puntano a ottimizzare i risultati del singolo e che permettono di modificare i comportamenti e migliorare la propria performance".

In quanto modelli di formazione personalizzata, il coaching agisce maggiormente sulla prestazione, mentre il counseling va utilizzato per trovare soluzioni a situazioni di disagio relazionale.

A breve, il 30 giugno, inizierà l'ottava edizione del Programma Internazionale di Sviluppo delle Competenze Economiche e Manageriali: un'occasione unica per ascoltare, vivere e confrontare le teorie di studiosi tra i più affermati sulle dinamiche economiche, organizzative e gestionali supportate dalle scienze manageriali.

Sarà il consulente manageriale di alta direzione, Carlos Salum ad aprire il programma 2009 che proseguirà il 7 luglio con David Croson (docente esperto di competitività aziendale) e quindi dopo l'estate, il 9 ottobre con Douglas Anderson (preside della Jon M Hurtsman School della Utah State University). Due graditi ritorni il 23 ottobre con Robert Dilts e il 25 novembre con Jon Ardui, mentre il 3 dicembre sarà Robert Engle, Premio Nobel 2003 per l'Economia, a chiudere il ciclo.

Tra i relatori delle precedenti edizioni, si possono citare Edward De Bono, Robert Dilts, James Hillman, Richard Normann, Jeremy Rifkin, e ben otto Premi Nobel per l'Economia: Gary Becker, James Heckman, Eric Maskin, James Mirlees, Robert Mundell, Edward Prescott, Michael Spence, Joseph Stiglitz.



**Pier Sergio Caltabiano**  
direttore del CTC,

## Ifoa: sapere per crescere

Un catalogo tutto dedicato al "Management d'impresa". È quello che propone Ifoa, il Centro di Formazione e Servizi delle Camere di Commercio.

L'ente di formazione professionale operante a livello nazionale ai sensi della Legge 40/87, con sistema di gestione qualità certificato secondo la normativa UNI EN ISO 9001:2000, ha ideato uno strumento operativo per consentire alle aziende di cogliere le opportunità di valorizzazione del proprio capitale umano, offerte da un progetto formativo importante ed articolato.

Ifoa lavora per la società della conoscenza: il programma di corsi, di base e di specializzazione, è suddiviso in cinque aree tematiche:

amministrazione controllo e finanza; organizzazione e sviluppo risorse umane; marketing vendite e internazionalizzazione; operations; management Skill. Sono percorsi di formazione ideati per rispondere con precisione alle esigenze di aggiornamento professionale delle risorse umane impegnate nelle diverse aree e funzioni aziendali.

I contenuti dei corsi, definiti attraverso una costante attenzione all'evoluzione del mondo delle imprese, unitamente alle metodologie didattiche utilizzate, dalle più innovative e quelle più consolidate, garantiscono un'efficacia formativa che ottimizza l'investimento sostenuto.

La definizione di un accurato calendario dei

corsi vuole agevolare le aziende nella pianificazione delle attività formative dei propri collaboratori, riducendo al minimo l'impatto della frequenza dei corsi sulle quotidiane attività lavorative.

Al catalogo, Ifoa affianca un efficace servizio di customer service, approntato per fornire qualunque informazione aggiuntiva si renda necessaria alle aziende nella scelta dei corsi più rispondenti alle proprie esigenze, anche tramite un contatto diretto con progettisti dei percorsi formativi. Nella ferma convinzione che una comunicazione diretta col mondo della produzione sia vitale per la propria mission, Ifoa invita le aziende ad avanzare qualunque richiesta di formazione, impegnandosi a valutare la possibilità di trovare loro una risposta all'interno di nuovi progetti formativi.

Il sito [www.ifo.it](http://www.ifo.it) consente di trovare, con immediatezza e facilità, informazioni dettagliate su ogni singolo corso ed effettuare il download delle relative schede d'iscrizione

La sede di Ifoa a Reggio Emilia, dove l'ente di formazione professionale è stato fondato nel 1971.



Pubb

## Irecoop: non c'è crescita senza innovazione

È sempre il momento giusto per innovare. Le imprese cooperative lo sanno, e quotidianamente si adoperano per stare sul mercato. In momenti congiunturali come l'attuale, questa propensione ad investire nel nuovo, a ricreare, a sperimentare vie inedite, verso nuovi orizzonti portando con sé il meglio delle proprie tradizioni appare come un fattore di sopravvivenza e di opportunità.

È con questa logica e obiettivi che Confcooperative Emilia-Romagna ha investito sul suo ente di formazione Irecoop E.R. (Istituto Regionale per l'educazione cooperativa), fondato nel 1979, affinché si strutturasse anche come attore di ricerca e sviluppo.

“Da una parte – dice Luciano Casmiro, direttore di Irecoop E.R - il neo costituito Ufficio Ricerca e Sviluppo è partito nel sondare esigenze espresse e latenti di un gruppo di 26 cooperative medio piccole operanti nei settori agroalimentari, sociale e produzione lavoro. Dall'altra Irecoop ha iniziato a tessere e consolidare una rete di partnership che consentono di disporre di specialisti e di

know how per rispondere alle esigenze delle cooperative”.

Si è avviato così uno stretto dialogo con Aster, l'Agenzia per lo sviluppo tecnologico dell'economia emiliana romagnola. Questa partnership consente di accedere al ricco sistema dei centri di ricerca presenti sul territorio. Un secondo canale di impegno per stimolare l'innovazione e la ricerca nelle imprese è rappresentato dai ricercatori che, tramite il consorzio Spinner, possono essere collocati nelle aziende.

“Irecoop – precisa Casmiro - sta promuovendo tutto questo e supporta le imprese per attivare tali strumenti”.

Di centrale interesse per le imprese è il Fesr, il Fondo Regionale per lo sviluppo economico. Prioritari appaiono gli investimenti in innovazione tecnologica ed organizzativa delle imprese, nel campo energetico e ambientale, con particolare attenzione all'introduzione di nuove soluzioni di information technology e per la costituzione di reti e filiere di impresa.

“Irecoop – conclude il direttore - sta lavorando su tematiche che vedono attenzione condivisa da più imprese, elaborando progetti complessi per sviluppare interventi con ricadute di sistema, anche intersettoriali”.

Completano il quadro degli strumenti a sostegno dello sviluppo delle imprese, i vari programmi comunitari, i più indicati per favorire l'internazionalizzazione.



**Irecoop Emilia-Romagna opera nel mercato della formazione professionale per promuovere lo sviluppo delle risorse umane, in primo luogo nelle imprese cooperative aderenti al sistema**

## Delta 2: il delta che fa la differenza

Solida professionalità nella selezione e gestione delle risorse umane, tempestività ed efficienza al servizio delle imprese.

Sono queste le credenziali sul mercato del lavoro e della formazione di Delta 2 S.p.A. struttura nata quale Società di Fornitura di Lavoro Temporaneo nel 2002 a Brescia, dall'esperienza pluriennale acquisita da un gruppo di imprenditori egiziani.

In possesso di autorizzazione rilasciata dal Ministero del Lavoro e della Previdenza Sociale, Delta 2 S.p.A. è un'Agenzia per il Lavoro che esercita con successo le attività di somministrazione di lavoro, di intermediazione tra domanda ed offerta, di ricerca e selezione del personale, di supporto alla ricollocazione professionale.

Delta 2 S.p.A., che opera con profitto su tutto il territorio nazionale (in regioni come Lombardia, Piemonte, Valle d'Aosta, Friuli Venezia Giulia, Campania) è presente, con la propria agenzia regionale di Cesena, anche in Emilia-Romagna, dove collabora con alcune delle più importanti realtà aziendali locali e nazionali.

“La flessibilità operativa- evidenzia Michele Funciello, responsabile della filiale di Cesena- coniugata ad un software gestionale di nostra esclusiva elaborazione, consente di fornire alle imprese nuovo personale in tempi molto ridotti ed a costi contenuti, garantendo al contempo alti standard qualitativi e fatturati conformi ai migliori indici di bilancio del settore”.

Nel corso degli anni, Delta 2 ha maturato una profonda conoscenza delle necessità del mondo imprenditoriale, oltre che delle nuove realtà multiculturali dei lavoratori. Questa conoscenza ha sempre più diretto l'azienda ad operare con interventi mirati per rispondere alle esigenze peculia-



ri di ogni singola impresa, sia promuovendo percorsi formativi innovativi, sia offrendo una formazione di base in loco.

“Dinnanzi alla crescente minaccia della crisi internazionale sull' economia reale- prosegue Funciello- pensiamo

che insieme agli interventi da attuarsi nel medio-lungo periodo e tesi a favorire l'accesso al credito per le medio-piccole imprese e ad incrementare la competitività e l'innovazione, vi sia la necessità di affiancare misure in grado di creare i presupposti per il rilancio anche nel breve periodo: prima tra tutte, creare una maggiore dinamicità delle risorse”.

Per il responsabile della sede cesenate di Delta 2, in un contesto di crisi non solo congiunturale, ma che rischia di diventare strutturale, “la somministrazione offerta da Delta 2 S.p.A. può rappresentare la risposta tempestiva, innovativa e di qualità, a fronte di una crescente necessità di flessibilità nel mondo dell' occupazione. A questo scopo – conclude Funciello - diversi profili professionali sono presenti nelle nostre agenzie, al servizio delle imprese, per rispondere a tutte le necessità, anche improvvise, imprevedibili e di breve durata delle aziende locali”.



**Nel 2005 Delta 2 S.p.A. per l'iniziativa imprenditoriale, sociale ed umanitaria è stata riconosciuta da parte del Sovrano Ordine Ospitaliero di San Giovanni di Gerusalemme, Knights of Malta - O.S.J., quale società di interesse del Sovrano Consesso ottenendo il privilegio di utilizzarne il logo. Dal 2009 Delta 2 S.p.A. fa inoltre parte della “Associazione Compagnia delle Opere (C.D.O.)”, associazione imprenditoriale nata nel 1986, non lucrativa e di natura mutualistica.**

# Pubb



## Effedibroker: la sicurezza di riscuotere i propri crediti

L'assicurazione dei crediti commerciali è una garanzia che tutela l'impresa nelle transazioni con pagamento dilazionato. Con la sottoscrizione del contratto, le aziende trasferiscono il rischio di mancato pagamento da parte dei debitori all'assicuratore, che indennizzerà le perdite subite.

Questa copertura, prima dell'indennizzo, offre all'imprenditore i servizi per prevenire le insolvenze: nella selezione della nuova clientela, nel continuo monitoraggio dei debitori, nell'assistenza legale per il recupero dei crediti. Permette così all'impresa di dedicarsi al proprio business senza preoccuparsi della solvibilità. Le polizze a copertura del rischio credito commerciale e politico, si possono "costruire" ad hoc per prevenire ciò che può accadere in futuro, modellandole sulle singole esigenze aziendali.

Per questo è importante rivolgersi a professionisti specializzati. La Effedibroker, specializzata in assicurazione crediti, nata a Modena con esperienza trentennale in zona, accreditata dalle principali compagnie internazionali, è la risposta a questo problema che diventa sempre più importante. Il ramo credito è talmente vario e complesso che è fondamentale affidarsi a degli specialisti.

"La nostra consulenza in questo particolare ramo - spiega il responsabile broker Federico Donati - consiste nel fare delle comparazioni approfondite e personalizzate delle condizioni generali di polizza, di quelle particolari ed economiche e degli esami preventivi sulla solvibilità ed affidabilità dei debitori, permettendo così all'imprenditore di avere una situazione ben chiara per poter scegliere il prodotto che più si avvicina alle proprie

esigenze con condizioni a lui più favorevoli. Evidenziamo pro e contro di ogni strumento assicurativo e finanziario - precisa Donati - perché gli "attori" di questo ramo non sono tutti uguali e non operano allo stesso modo. La struttura della Effedibroker garantisce, oltre ad un giusto collocamento del rischio, anche l'assistenza necessaria per gestire il rapporto".

Il client driven è il punto di forza della Effedibroker, quindi non chiede alle Compagnie una quotazione, ma propone alle stesse un contratto "cucito" su misura con l'azienda a seconda delle sue esigenze a condizioni già concordate.

È possibile visitare il sito [www.uffedibroker.it](http://www.uffedibroker.it) o telefonare al numero 059234569 per fissare senza impegno un appuntamento, in modo da approfondire meglio le situazioni particolari di ogni singola azienda.

**Il responsabile di Effedibroker,  
Federico Donati**



## Fondo Est: assistenza sanitaria integrativa ad hoc

Fondo Est nasce nel 2005 in attuazione dei Contratti Nazionali di Lavoro sottoscritti da Confcommercio, Fipe, Fiavet e da Filcams Cgil, Fisascat Cisl, Uiltucs Uil, per assicurare ai dipendenti delle aziende del Terziario e del Turismo un'assistenza sanitaria integrativa. Il Fondo è parte integrante del Contratto Nazionale, dunque l'iscrizione dei dipendenti è obbligatoria per tutte le aziende che applicano il CCNL del Terziario e dei Servizi ed il CCNL del Turismo, Pubblici esercizi e Agenzie di viaggio.

Sono le aziende a dover versare un contributo mensile al fondo, attraverso una rapida procedura telematica. Il contributo, di 120 euro l'anno, è molto esiguo, soprattutto se confrontato alle prestazioni offerte: il piano sanitario garantisce infatti il rimborso di tutti i ticket per accertamenti diagnostici e di pronto soccorso pagati presso le strutture del SSN, prevede il pagamento di una serie di prestazioni diagnostiche e terapeutiche di alta specializzazione e la rifusione delle visite specialistiche. Inoltre, si stimolano scelte sanitarie responsabili negli assistiti attraverso la predisposizione di piani di prevenzione articolati e completamente

gratuiti per le patologie a maggiore diffusione, come quelle cardiovascolari e oncologiche. Vi è inoltre il pacchetto maternità che prevede il rimborso delle analisi chimico cliniche e delle ecografie effettuate durante il periodo della gravidanza e, in occasione del parto, un'indennità per ogni giorno di ricovero fino ad un massimo di sette giorni. Il Fondo garantisce anche un sostegno economico agli iscritti nel caso in cui i figli, nel primo anno di vita, dovessero subire un intervento per la correzione di malformazioni congenite.

Dal 2009 è possibile accedere a cure odontoiatriche periodiche, non solo l'implantologia, ma anche operazioni di routine come la prevenzione odontoiatrica, l'ablazione del tartaro, e la diagnostica odontoiatrica di base con le prestazioni di esame radiografico dentario endorale e l'ortopanoramica. Dato che la maggioranza degli iscritti a Fondo Est è di sesso femminile, un'attenzione sempre maggiore sarà data a chi sta per diventare mamma aumentando il massimale di copertura per gli esami durante la gravidanza. Passi avanti anche per la diagnostica, per la quale sono state inserite ulteriori prestazioni di base, e per la chirurgia, che non è più fortemente legata all'oncologia e si è arricchita di tante aree d'intervento.

**EST è il Fondo di Assistenza Sanitaria Integrativa per i dipendenti dalle Aziende del Commercio, Turismo e Servizi. Il Fondo ha lo scopo di garantire trattamenti di Assistenza Sanitaria Integrativa ai Lavoratori del Commercio, Turismo e Servizi ed è regolato da uno Statuto e da un Regolamento**



# Pubb

## Sipro e le giovani imprese: un sodalizio sempre più stretto

**M**arketing territoriale e attrazione di investimenti, promozione dello sviluppo imprenditoriale attraverso una rete di incubatori, riqualificazione di siti industriali esistenti, progettazione e sviluppo di infrastrutture per la promozione dello sviluppo economico e delle aree industriali, in una prospettiva di sostenibilità: sono queste le linee guida di Sipro, attore sempre più importante per la crescita del territorio ferrarese.

La struttura, nata nel 1975 come Società Interventi Produttivi e divenuta nel 1999, Agenzia Provinciale per lo Sviluppo, è una Società per Azioni.

Dal 2001, è diventata uno degli interlocutori delle amministrazioni locali e della Provincia di Ferrara per la gestione di Programmi comunitari e la progettazione di interventi integrati finanziati con fondi locali e comunitari.

Negli ultimi anni, Sipro ha avviato studi e sperimentazioni sul campo relativamente alle aree produttive ecologicamente attrezzate e ha intensificato le azioni di promozione della nuova impresa e del consolidamento delle attività presenti sul territorio.

L'assemblea dei soci di fine aprile, che ha confermato Gabriele Ghetti alla presidenza affiancato dai consiglieri Riccardo Galletti, Paolo Paramucchi, Giuseppe Ruzziconi e Paolo Siconolfi, ha ribadito anche nel 2008, nonostante una situazione di complessiva criticità del panorama economico, i dati positivi della gestione di Sipro.

Si è confermato un trend che negli ultimi anni è stato caratterizzato da bilanci sempre in utile e in crescita progressiva. Dal 2000 al 2008 sono stati investiti 20 milioni di Euro



per il miglioramento delle infrastrutture delle aree esistenti (San Giovanni di Ostellato, Poggiorenatico), a sostegno delle attività produttive con la realizzazione di nuove aree industriali (espansioni di Ferrara – Cassana e Ferrara Area Nord, San Giovanni di Ostellato e Tresigallo), per il recupero di zuccherifici dismessi (Comacchio e Migliaro). Sono 133 le aziende insediate nelle diverse aree gestite da SIPRO, di cui 48 sono neo imprese avviate da giovani imprenditori al di sotto dei 35 anni, con impatti molto significativi dal punto di vista della nuova occupazione creata e soprattutto della qualità dei posti di lavoro resi disponibili con il consolidamento dell'indotto locale.

Nelle aree SIPRO nel periodo 2000-2008, sono stati attivati complessivamente 2.200 nuovi posti di lavoro, a cui vanno aggiunti circa 1.000 posti di lavoro consolidati nell'indotto che i nuovi insediamenti hanno creato, per un totale complessivo di 3.200 persone. È una media di circa 400 nuovi addetti all'anno.

"Sipro, a fronte di una probabile riduzione della propensione degli operatori economici a realizzare investimenti - dichiara il presidente Ghetti - deve ora insistere nel concentrare le proprie risorse in interventi che potranno, una volta superata la crisi, essere in grado di sostenere rapidamente il sistema industriale locale e tutte le imprese che vorranno insediarsi nella realtà ferrarese. È perciò necessario - conclude Ghetti - proseguire con forza gli investimenti nelle nuove dotazioni di aree, nel trovare strade innovative per diversificare l'offerta insediativa e nell'operare campagne di attrazione mirate, oltre che essere elemento propulsore di un insieme di servizi di qualità per le aziende."



Nella foto al centro Gabriele Ghetti presidente di Sipro. Sopra, inaugurazione ampliamento area San Giovanni di Ostellato, a destra l'area dell'Ex Zuccherificio di Comacchio (Fe)



di Enrico Vincenzi

Omc: l'appuntamento biennale ha riunito i principali attori del settore Oil & Gas

# Il mondo dell'energia per tre giorni a Ravenna

**S**ettecento delegati, 370 espositori (+ 28%) provenienti da quasi 25 paesi, tra cui per la prima volta anche la Cina, otto delegazioni ufficiali da Croazia, Libia, Egitto, Kazakhstan, Turkmenistan, Algeria, Norvegia e Mali, oltre 9000 visitatori (rispetto ai 7700 del 2007), con una ricaduta molto

importante per le presenze turistiche e per l'indotto.

Sono stati numeri da record quelli della nona edizione di Omc, Offshore Mediterranean Conference and Exhibition, manifestazione biennale (organizzata da Camera di commercio, Assomineraria e l'associazione degli operatori Roca - Ravenna Offshore contractors association) che ha portato i protagonisti dell'at-

tività estrattiva di idrocarburi a Ravenna, ancora una volta la capitale dell'energia.

“Ravenna è un polo internazionale del settore petrolifero – commenta il presidente della Camera di commercio, Gianfranco Bessi – grazie all'elevato livello di competitività delle aziende che vi operano”.

L'edizione 2009 è arrivata in un momento particolare per il dibattito aperto sulle fonti energetiche, la crisi internazionale ed il forte calo del prezzo del petrolio.

Tuttavia, tra gli stand del Pala De Andrè, si respirava un clima di fiducia: una conferma di come, nonostante i venti di crisi, l'industria dell'energia mostri segni di vitalità.

“L'attuale situazione – conferma Antonio Angelucci, amministratore delegato di Omc – sta imponendo un momento di riflessione, ma petrolio e gas continueranno ad essere la maggiore fonte di energia nei prossimi anni. È importante far incontrare e discutere i soggetti coinvolti nella filiera estrattiva e distributiva e il mondo della politica e dell'economia mondiale”.

Nel ricco programma di sessioni tecniche ed incontri sui vari aspetti legati all'esplorazione, produzione, trasporto e commercializzazione del greggio e del gas naturale, hanno suscitato particolare interesse i workshop sui mercati maturi e lo smaltimento di Co2, il Forum Italo-

Norvegese su tematiche energetico-ambientali e le giornate paese dedicate a Kazakhstan e Turkmenistan.

Il tema centrale è stato il ruolo del Mediterraneo per l'indipendenza energetica. “È un'area strategica, di interesse comune per l'estrazione ed il trasporto di idrocarburi – dice Antonio Angelucci – Su questo mare si affacciano Paesi produttori e consumatori: per questo è necessario potenziare le infrastrutture energetiche per garantire la sicurezza negli approvvigionamenti e la stabilità del mercato”.

Secondo Guido Bortoni, responsabile del dipartimento energie del ministero dello Sviluppo Economico “l'Italia deve puntare ad essere la piattaforma di scambio per l'area del Mediterraneo, una sorta di hub nell'interconnessione delle reti che portano gas”.

Tema che si collega al ruolo dei rigasificatori off-shore, che permetterebbero all'Italia di svincolarsi dagli accordi tra i gestori di gasdotti, dando il via ad una concorrenza a prezzi più bassi.

“Queste strutture oggi sono assolutamente sicure sul piano produttivo e della tutela ambientale – sottolinea il presidente della Camera di Ravenna, Bessi – Sarebbe un peccato perdere un'occasione così importante per rivestire un ruolo strategico nell'approvvigionamento e trasferimento del gas” ■

L'edizione 2009 ha coinciso con la crisi mondiale e il grande dibattito sulle fonti energetiche

## IL PROGETTO

### Rilanciare l'Alto Adriatico

**A**lla nona edizione di Omc, è tornato di attualità il progetto Alto Adriatico, avanzato dieci anni fa: il suo rilancio, che prevede una ventina di nuove piattaforme per l'estrazione di gas, avrebbe importanti ricadute per l'attività delle imprese ravennati. Sotto il fondale dell'Adriatico c'è metano a volontà: più di 30 miliardi di metri cubi di gas. Sono 58, secondo Assomineraria, i cantieri estrattivi che potrebbero aprire con investimenti previsti per 5,5 miliardi di euro. Quanto estratto verrebbe convogliato sul distretto Eni di Ravenna, il più importante in Italia dell'azienda del “cane a sei zampe”.

“È una prospettiva di assoluto interesse – ribadisce Gianfranco Bessi – Al largo della costa romagnola si trovano impianti fondamentali per la produzione nazionale di idrocarburi, dove viene attualmente estratto il 40% annuo del metano italiano.”

Ai progetti sono interessate un po' tutte le dieci compagnie petrolifere attive in Italia le quali, tutte, lamentano gli eccessi della burocrazia, che prolunga per anni i tempi di una risposta. ■







## Il FEEDBACK delle imprese per migliorare il funzionamento del Mercato Interno

Lo SME Feedback è un database creato dalla Commissione europea e messo a disposizione dei partner Enterprise Europe Network al fine di ottenere informazioni sul funzionamento del Mercato Interno.

Unioncamere e le nove Camere di commercio dell'Emilia-Romagna hanno il compito di raccogliere, analizzare e verificare i casi segnalati dalle imprese, aventi come oggetto ostacoli e/o problemi al funzionamento del Mercato Interno a causa di normative comunitarie o della loro assenza (in particolare problematiche di natura giuridica, fiscale, doganale, oppure relative alla libera circolazione di beni, persone e servi-

zi, certificazioni, proprietà intellettuale e industriale, ecc...).

I quesiti più articolati e complessi saranno segnalati alla Commissione europea attraverso l'inserimento, in forma anonima, nel database.

Le informazioni saranno poi accuratamente valutate dalla Commissione europea con la finalità di favorire la messa a punto di misure e normative favorevoli alle imprese e di migliorare il funzionamento generale del Mercato Interno.

Lo SME feedback consente alle imprese europee di poter contribuire attivamente alla formulazione delle future politiche dell'UE sulle questioni di loro interesse.

### Notizie dall'Unione Europea

#### PROCEDIMENTO PER LA PROTEZIONE DELL'AMBIENTE NATURALE DELLA LAGUNA DI VENEZIA

La Commissione Europea si appresta a chiudere il procedimento contro l'Italia in merito alla normativa UE sulla protezione dell'ambiente naturale e alla costruzione di dighe mobili nella laguna di Venezia. Nell'autorizzare la costruzione delle dighe le autorità italiane non hanno seguito correttamente le normative UE in particolare hanno valutato in maniera insoddisfacente l'impatto del progetto sulle zone protette senza proporre tutte le necessarie misure di mitigazione e compensazione. Le autorità italiane hanno ricevuto nel dicembre 2005 e nel luglio 2007 due lettere di diffida da parte Commissione. Dopo lunghe trattative le autorità italiane si sono ora impegnate a mettere in atto una serie di misure per contenere l'impatto sulle aree protette e alcune di esse sono già state adottate.

Rif.: <http://europa.eu/rapid/pressReleasesAction.do?reference=IP/09/553&format=HTML&ged=0&language=EN&guiLanguage=en>

#### LIBRO BIANCO SULLE AZIONI PER ADATTARSI AL CAMBIAMENTO CLIMATICO

La Commissione Europea ha elaborato un Libro Bianco su come l'UE può affrontare meglio i cambiamenti climatici. Questo documento strategico stabilisce un quadro

d'azione incentrato sulla collaborazione con le amministrazioni nazionali, regionali e locali, sul sostegno dell'UE agli sforzi internazionali per affrontare le conseguenze del cambiamento climatico e sull'analisi dell'impatto del mutamento del clima nelle principali politiche comunitarie. La Commissione rileva che si deve migliorare la conoscenza dei rischi e delle conseguenze dei cambiamenti climatici e per questo auspica l'accesso ad una più ampia gamma di dati riguardanti il fenomeno.

A questo scopo viene prevista, entro il 2011, l'istituzione di un meccanismo per lo scambio delle informazioni sui cambiamenti climatici, sulle aree a rischio e sulle best practices. Le proposte contenute nel Libro Bianco saranno attuate dalla Commissione in stretta collaborazione con gli Stati membri.

Rif.: [http://ec.europa.eu/environment/climat/adaptation/index\\_en.htm](http://ec.europa.eu/environment/climat/adaptation/index_en.htm)

#### LA COMMISSIONE INVITA L'AGCOM A CONFORMARSI ALLA NORMATIVA UE

La Commissione europea ha invitato l'AGCOM (autorità italiana per le garanzie nelle comunicazioni) a notificarle gli impegni proposti da Telecom Italia, che introducono cambiamenti significativi nell'organizzazione interna della società, al fine di garantire un equo trattamento dei concorrenti.

Tali impegni, comportano una riorganizzazione interna di Telecom Italia e istituiscono un meccanismo per garantire agli operatori alternativi un accesso non discriminatorio alla rete di Telecom Italia.

La notifica è necessaria per garantire la trasparenza a livello UE e la certezza del diritto nel processo di regolamentazione.

Rif.: <http://europa.eu/rapid/pressReleasesAction.do?reference=IP/09/568&format=HTML&ged=0&language=EN&guiLanguage=en>

### Normativa comunitaria

#### NUOVO REGOLAMENTO SUL MARCHIO COMUNITARIO

Il Consiglio europeo ha adottato un nuovo regolamento che disciplina il marchio comunitario (2009/207/CE).

Il regolamento prevede che possono costituire marchi comunitari tutti i segni riprodotti graficamente a condizione che siano adatti a distinguere i prodotti o i servizi di un'impresa da quelli di altre imprese. Il diritto comunitario in materia di marchi non si sostituisce al diritto in materia di marchi dei singoli Stati membri: le imprese non sono, infatti, obbligate a registrare i rispettivi marchi come marchi comunitari. La durata di registrazione del marchio comunitario è di dieci anni a decorrere dalla data di deposito della domanda. Per gestire la procedura di attribuzione viene istituito un Ufficio di armonizzazione a livello di mercato interno, dotato di autonomia amministrativa, giuridica e finanziaria, rispetto alle cui decisioni è possibile presentare ricorso alla corte di Giustizia Europea.

Rif.: <http://eurlex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=OJ:L:2009:078:0001:0042:IT:PDF>



## Recepimento del diritto comunitario

### VALUTAZIONE DELLA SICUREZZA DEGLI AEROMOBILI DEI PAESI TERZI

La Commissione ha deciso di inviare un parere motivato all'Italia per la mancata notifica sulle misure di attuazione della direttiva sulla sicurezza degli aerei di paesi terzi che utilizzano aeroporti comunitari (2008/49/CE).

Così facendo la Commissione ha dato il via alla seconda fase del procedimento di infrazione (art. 226 TUE).

La direttiva prevede che gli Stati membri possano prendere misure nei confronti degli aeromobili e/o dei loro vettori qualora, all'esito delle ispezioni, gli apparecchi non risultino soddisfare le prescrizioni di sicurezza.

Allo stato attuale è scaduto il termine per l'attuazione della direttiva e l'Italia non ha ancora informato adeguatamente la Commissione in merito alle disposizioni legislative e amministrative adottate a livello nazionale. Se entro due mesi non invierà una risposta soddisfacente, la Commissione potrà deferire la questione alla Corte di giustizia.

Rif.: <http://europa.eu/rapid/pressReleases>

Action.do?reference=IP/09/577&format=HTML&aged=0&language=EN&guiLanguage=en

## Bandi comunitari e appuntamenti

### CONSULTAZIONE SULLE TECNOLOGIE DELL'INFORMAZIONE E COMUNICAZIONE PER RIDURRE LE EMISSIONI DI CO2

La Commissione europea ha recentemente adottato una Comunicazione sull'uso della tecnologia per migliorare l'efficienza energetica. Nella Comunicazione si rileva che l'utilizzo delle Tecnologie dell'Informazione e della Comunicazione (TIC) può contribuire alla diminuzione del consumo di energia e delle emissioni di CO2, la quantità di energia che tali tecnologie possono far risparmiare potrebbe essere da 5 a 10 volte superiore all'energia consumata per usarle. Le TIC potrebbero offrire strumenti per misurare il risparmio di energia, le riduzioni dei costi e delle emissioni incitando imprese e consumatori a modificare i loro comportamenti. Sulla base di queste considerazioni, la Commissione europea ha lanciato una consultazione pubblica che terminerà il 14 giugno 2009. Si può partecipare alla consultazione compilando il questionario on line:

<http://ec.europa.eu/yourvoice/ipm/forms/dispatch?form=ICT4EE3>.

Rif.: [http://ec.europa.eu/information\\_society/activities/sustainable\\_growth/energy\\_efficiency/index\\_en.htm](http://ec.europa.eu/information_society/activities/sustainable_growth/energy_efficiency/index_en.htm):

### ECO-INNOVATION: NUOVO INVITO A PRESENTARE PROPOSTE

Il programma Eco-innovation è parte del Programma comunitario per l'imprenditorialità e l'innovazione che ha l'obiettivo di supportare i processi innovativi delle PMI. Nello specifico il programma mira a: supportare la prima applicazione e l'ingresso nel mercato di tecnologie e pratiche innovative, superare il gap tra il mondo della ricerca e il mondo dell'impresa ed eliminare le barriere commerciali che impediscono il successo di prodotti e servizi eco-innovativi.

La scadenza per le candidature è attesa a settembre 2009. L'ammontare totale dei finanziamenti per il periodo 2008-2013 è pari a 195 milioni di euro.

Rif.: [http://ec.europa.eu/environment/etap/ecoinnovation/call\\_en.htm](http://ec.europa.eu/environment/etap/ecoinnovation/call_en.htm)

### INVITO A PRESENTARE PROPOSTE NELL'AMBITO DEL PROGRAMMA ENERGIA INTELLIGENTE

Il programma intende rendere l'Europa più competitiva e innovativa incentivando l'uso delle energie rinnovabili e migliorando l'efficienza energetica, allo scopo di raggiungere gli ambiziosi obiettivi che si è posta in materia di cambiamento climatico. La scadenza del bando è il 25 giugno 2009 e il budget totale è di 65 milioni di €.

Rif.: [http://ec.europa.eu/energy/intelligent/call\\_for\\_proposals/call\\_library\\_en.htm](http://ec.europa.eu/energy/intelligent/call_for_proposals/call_library_en.htm)

#### 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 Eurospertello - 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)

#### PROMECA - 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, 1 - 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