

ECONERRE

MARZO
2008

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



Scenari

Premiati i volti "rosa"
del rinnovamento

Più concorrenza Vantaggi per tutti

"Mister prezzi" promuove l'Emilia-Romagna come terra di "buone pratiche". Un bilancio a sette anni dalla riforma del commercio: una liberalizzazione che ha portato benefici a consumatori e imprese grandi e piccole



Export

Innovazione e qualità
per il mercato Ue

Commercio

Botteghe storiche
e antichi mestieri

Focus

Pesce dell'Adriatico
Un tuffo nella qualità

Inchiesta

"Mobility manager"
Un primato nazionale

Pubb

Imprese e consumatori Informati si diventa

Con "Mister Prezzi", cresce il ruolo delle Camere per sorvegliare la dinamica di prezzi e tariffe



* Presidente
Unioncamere Emilia-Romagna

di Andrea Zanlari*

Con l'istituzione della figura del "Garante per la sorveglianza dei prezzi" la legge Finanziaria 2008 ha attribuito nuove funzioni al sistema camerale. In particolare, è chiesto alle Camere di commercio, tradizionalmente impegnate nell'osservazione delle economie locali, un contributo per accrescere l'informazione e la cultura di imprese e consumatori sulla dinamica di prezzi e tariffe.

Per accogliere le segnalazioni dei consumatori, il sistema camerale, in accordo con il ministero per lo Sviluppo economico, ha istituito un numero verde nazionale. Di qui le segnalazioni vengono comunicate contemporaneamente al Garante presso il ministero, cui spetta la prerogativa di chiedere l'intervento dei poteri ispettivi, e alla Camera di commercio territorialmente competente, cui competono invece compiti di analisi e di promozione di buone prassi a livello locale. In altre parole, non spetta alle Camere di commercio alimentare sterili comportamenti all'insegna del "dito puntato contro singoli operatori". Si tratta, invece, di utilizzare le conoscenze camerale in materia di osservatori dell'economia per valorizzare la cultura del monitoraggio, della "moral suasion" e dei comportamenti virtuosi.

Per adempiere al proprio compito, le Camere di commercio sono chiamate a istituire tavoli provinciali di analisi che, coinvolgendo esperti di filiera, oltre alle istituzioni competenti e alle associazioni delle imprese e dei consumatori, garantiscano il monitoraggio della dinamica dei prezzi e delle tariffe e promuovano la diffusione di iniziative concordate per orientare la domanda verso comportamenti che contribuiscano al contenimento dei prezzi. A questo riguardo, Unioncamere Emilia-

Romagna ha attivato un comitato di coordinamento tra le Camere di commercio per concordare indirizzi comuni di attuazione della nuova normativa e per ricercare il collegamento con l'Osservatorio regionale dei prezzi e delle tariffe, attivato sulla base del Protocollo di intesa del dicembre 2005. L'obiettivo è evitare la sovrapposizione delle iniziative con i soggetti che hanno sottoscritto il Protocollo: Regione, Unioncamere, Upi e Anci Emilia-Romagna. Nel marzo 2008 si è insediata la Conferenza consultiva, prevista nel Protocollo come la "cabina di regia" delle attività, nella quale sono rappresentati, oltre ai firmatari del Protocollo, anche le organizzazioni sindacali, le associazioni delle imprese e dei consumatori.

Il ruolo delle Camere di commercio previsto dalla Finanziaria 2008 può quindi essere inquadrato utilmente nell'impianto ideato dal Protocollo, e anzi può costituire una preziosa occasione per rafforzare la collaborazione tra le istituzioni competenti. Le normative più recenti possono essere

utilizzate per aumentare la trasparenza e, quindi, l'efficienza del mercato e per promuovere l'adozione di comportamenti virtuosi, come le iniziative volontarie di contenimento dei prezzi e i "last minute market". Dal mondo camerale, un apporto per raggiungere l'obiettivo viene dalla Borsa merci telematica italiana, che apre nuove prospettive per la realizzazione di un "sistema-mercato" fondato su basi regolamentari certe, in grado di garantire efficienza ed equità negli scambi, chiarezza nell'intermediazione e trasparenza nelle dinamiche di formazione dei prezzi, sia per le tradizionali filiere delle commodities che per i prodotti tipici. La Borsa merci telematica italiana, nel giro di quattro anni, intende raggiungere un controvalore degli scambi pari a 15 miliardi di euro, evitando così bolle speculative a danno dei consumatori e contribuendo all'analisi della formazione dei prezzi ■

Dalla Finanziaria
nuovi stimoli
per rilanciare
l'attività
dell'Osservatorio

Pubb



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

Anno XIV - n. 3
Marzo 2008
Fuori commercio

Direttore responsabile
Andrea Zanlari

Coordinamento editoriale
Roberto Franchini (vicedirettore)
Ugo Girardi
Morena Diazi

Coordinamento redazionale
Contesto srl
Barbara Galzigna
Giuseppe Sangiorgi

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

Foto Meridiana Immagini
Paolo Righi, Andrea Samaritani
e Elisa Pozzo

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

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

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

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

In copertina
foto di Meridiana Immagini

SOMMARIO

1 **EDITORIALI**

Imprese e consumatori
Informati si diventa

DI ANDREA ZANLARI

4 **IN BREVE**

6 **PRIMO PIANO**

Prove tecniche
di mercato perfetto

DI ANTONELLA CARDONE

10 **EDILIZIA**

Nuova legislazione
per le case "efficienti"

DI THOMAS FOSCHINI

12 **Il ballo del mattone non cede il passo**

DI MARGHERITA PUGLIESE

14 **SCENARI**

Premiati i volti "rosa"
del rinnovamento

DI ANTONELLA CARDONE

18 **FOCUS**

Pesce dell'Adriatico
Un tuffo nella qualità

DI NATASCIA RONCHETTI

20 **INCHIESTA**

Con i mobility manager
mai più tardi al lavoro

DI ALBERTO NICO

24 **EXPORT**

Innovazione e qualità
per il mercato Ue

DI GIUSEPPE SANGIORGI

26 **SETTORI**

L'industria nautica
riscopre le Americhe

DI GIUSEPPE SANGIORGI

27 **5 DOMANDE**

A Gian Franco Bessi

DI GIUSEPPE SANGIORGI

QUADERNI&DOCUMENTI

Congiuntura
Segnali di frenata
Ma l'export tiene

30 **INDAGINE**

Lungo la via Emilia
la nuova "toys valley"

DI PAOLO CHIARI

33 **FORMAZIONE**

Le risorse per la società
della conoscenza

DI NATASCIA RONCHETTI

36 **LAVORO**

Vita o carriera? Mai più
costretti a scegliere

DI GEA SCANCARELLO

37 **INNOVAZIONE**

Prototipi garantiti
grazie all'e-Fem

DI ALBERTO NICO

40 **ENERGIA**

Kyoto chiama
Bologna risponde

DI VERONICA DE CAPOA

42 **COMMERCIO**

Botteghe storiche
e antichi mestieri

DI SILVIA SARACINO

44 **AZIENDE**

Fornitori globali
per l'agricoltura

DI SILVIA SARACINO

47 **SPECIALE TRASPORTI**

INSERTO PUBBLICITARIO

55 **FLASH EUROPA**

A CURA DI LAURA BERTELLA, STEFANO
LENZI E PAOLO MONTESI

■ **Internazionalizzazione**
Sinergie
e acquisizioni
oltralpe

Prosegue la strategia di acquisizioni del gruppo bolognese Marposs, leader internazionale nella produzione di strumenti di misura dimensionale elettronica. L'azienda di Bentivoglio ha acquisito infatti il 100% di Kern Sas, attiva nel campo dei misuratori meccanici di alta precisione per l'industria automobilistica e aerospaziale. Marposs si rafforza sul mercato transalpino grazie anche all'acquisizione nel 2006 di Trace, società di progettazione e costruzione di macchine controllo tenuta.

Cefla di Imola, leader italiano della scaffalatura nella grande distribuzione, ha invece deciso di unire le proprie forze con Rasec, gruppo francese specializzato nell'allestimento di spazi di vendita, per creare una filiale industriale comune in Russia. Con questa joint-venture, Cefla e Rasec saranno in grado di offrire una vasta gamma di prodotti per l'allestimento di una grande distribuzione.



La firma dell'accordo

Sempre aggiornati grazie al nuovo servizio on line
Aster e Unindustria Bologna
Una partnership per l'innovazione

Unindustria Bologna amplia e rafforza il proprio impegno nel campo dell'innovazione e del trasferimento tecnologico alle imprese.

L'associazione ha siglato con Aster, il consorzio tra Regione Emilia-Romagna, università, enti di ricerca e associazioni imprenditoriali, un accordo per dare continuità al servizio di assistenza alle imprese – tramite informazione e orienta-

mento – in tema di innovazione. Obiettivo della partnership è mettere a disposizione delle imprese un punto di accesso alle competenze di Aster e a quelle della Rete Alta Tecnologia dell'Emilia-Romagna, che ha per protagonisti laboratori di ricerca industriale, parchi e centri per l'innovazione.

L'iniziativa prevede la messa on line di un servizio di informazione agevole e tempestivo su: finanziamenti comunitari e regionali nei settori ricerca e sviluppo; innovazione, trasferimento tecnologico, formazione, risorse umane e cooperazione tecnologica internazionale; temi tecnico-scientifici; competenze della Rete Alta Tecnologia regionale, delle università e degli enti pubblici di ricerca presenti in Emilia-Romagna. Quindi una serie di attività tematiche legate a seminari, incontri, convegni e assistenza alle imprese post-seminario, che impegnano lo staff di Aster in sinergia con quello di Unindustria.

Il Consorzio unisce 15 piccole aziende
Al via "Pmi export Modena"

Apmi Modena si è dotata di un nuovo strumento di servizio per le imprese: è stato infatti costituito il Consorzio "Pmi export Modena" che unisce 15 piccole e medie aziende appartenenti alle categorie alimentare, metalmeccanica, edile, tessile, chimica e informatica. Il Consorzio plurisetoriale si pone l'obiettivo di promuovere, sul mercato estero, lo sviluppo della cultura, della produzione e della commercializzazione dei prodotti delle aziende consorziate al fine di dare un ulteriore impulso all'internazionalizzazione delle eccellenze modenesi. Alla presidenza del Consorzio è stata chiamata Roberta Pelloni de "La Vecchia Dispensa"; vicepresidente è Enrico Messola di Ghanacoop.

■ **REGGIO EMILIA**
PRESENTATA
LA GUIDA
AI SERVIZI

Da "Agenti e rappresentanti di commercio" a "Vini DOC e IGT". Sono questi il primo e l'ultimo argomento, in ordine alfabetico, della "Guida ai servizi. Edizione 2008" pubblicata dalla Camera di commercio di Reggio Emilia con l'obiettivo di far conoscere e di rendere meglio fruibili i numerosi servizi erogati. La brochure – di 30 pagine per ognuno degli oltre sessanta servizi

presentati – indica a chi interessa, cosa fare, dove andare. È disponibile gratuitamente all'Ufficio Relazioni con il Pubblico, in piazza della Vittoria 3.

■ **BOLOGNA**
SUBFORNITURA
TEDESCA
INCONTRI B2B

La Camera di Commercio di Bologna, nell'ambito del progetto VHP del ministe-

ro federale tedesco dell'Economia e della tecnologia, ha organizzato – in collaborazione con il Comitato Network Subfornitura e la società SBS di Roma – una giornata di incontri d'affari tra imprese italiane e 20 aziende subfornitrici tedesche caratterizzate da strategie e tecnologie avanzate nei settori della meccanica, materie plastiche e applicazioni elettroniche, ottiche e software per l'industria. Gli incontri si sono svolti nelle sale "business lounge" dell'aeroporto Marconi di Bologna.

■ **RAVENNA**
VETRICERAMICI
INVESTE
SULLA POLONIA

Cresce nell'Europa dell'est Vetriceramici, azienda chimica specializzata nella produzione di semilavorati ad alto valore aggiunto per l'industria ceramica, che ha siglato un accordo per l'acquisizione di ramo d'azienda da Cover Poland. Con l'operazione in terra polacca, dove l'impresa romagnola è già presente con laboratorio di product care e una propria struttura tecnico-commerciale,

"Vetriceramici punta a offrire il migliore servizio ai clienti in Polonia ma anche in Repubblica Ceca, Russia e Ucraina", ha detto Gabriele Brusa, di recente nominato direttore generale di Vetriceramici in rappresentanza del Fondo Efibanca-Palladio Finanziaria che detiene il 70% della società di Casola Valsenio (Ra).



■ **Tessile**
Blufin
punta
sul lusso

Apertura in vista per Blufin, la società che da Carpi si è conquistata un posto di primo piano nel mondo della moda. Negozi monomarca Blumarine – linea cresciuta del 5% nel 2007 – apriranno entro l'anno in Europa, Stati Uniti, Giappone e Corea. Lo rivela alla stampa Gianluigi Tarabini, amministratore unico del gruppo, che per il 2008 punta ai mercati esteri e a un riposizionamento dei tre marchi controllati (Blumarine, Blugirl e Anna Molinari) nella fascia del lusso. Numeri supportati da una quota export pari al 55% del fatturato, che a dicembre 2007 ha toccato i 108 milioni di euro (contro i 102 dell'esercizio precedente) e che può contare su una rete distributiva di oltre mille punti vendita in 30 Paesi, tra i quali 55 negozi monomarca. Nuovo assetto anche sul fronte della produzione, che da quest'anno sarà concentrata interamente nello stabilimento carpigiano per fare fronte all'aumento dei volumi.



Prestigiosi riconoscimenti a Parma e Ferrara
Lavoro e progresso economico
Premiate le imprese eccellenti

L Camere di commercio di Ferrara e Parma hanno riproposto l'atteso appuntamento della consegna dei "Riconoscimenti alla fedeltà al lavoro e al progresso economico", che si rinnova da decenni mantenendo inalterati i propri significati simbolici. A Ferrara, l'ente di Largo Castello ha assegnato 94 premi, di cui 23 alla "Fedeltà al lavoro" e 71 al "Progresso economico", mentre la Camera di commercio di Parma ha conferito 43 riconoscimenti, suddivisi in sei diverse sezioni. Dalla Camera di Parma anche i prestigiosi "Universitas Mercatorum Parmae" e "Aurea Parma". Il quarto "Universitas Mercatorum Parmae" è stato

attribuito a cinque tra imprenditori e imprese, Noemi Lori, Carlo Guazzi, Ormide Artoni, Paladini Otello Snc e la cooperativa di produzione e lavoro Bruno Buozi. "Aurea Parma" è stato invece assegnato, per la settima edizione, ad Alberto e Paolo Chiesi, che guidano un gruppo farmaceutico di rilievo internazionale. Un "diploma di benemerita" è andato invece a Giovanni De Zotti, presidente della Camera di commercio italiana di Francoforte.

Nella foto di Annarita Melegari, gentilmente concessa dalla Gazzetta di Parma, il presidente della Camera Andrea Zanlari, l'industriale Paolo Chiesi, il vice sindaco Paolo Buzzi.

■ **Formazione**
Ferrari al
timone di Ifoa

Aldo Ferrari presidente della Camera di commercio di Reggio Emilia, è stato chiamato al vertice di Ifoa, centro di formazione e servizi delle Camere di commercio nato nel 1971. Ferrari è stato nominato dall'assemblea dei soci al posto di Renato Brevini, che lascia a causa dei gravosi impegni alla guida del Gruppo industriale Brevini Power Transmission. Con la scelta di Ferrari – il cui mandato scadrà nel 2010 – si consolida la relazione tra Ifoa e il più significativo dei suoi soci, la Camera di Commercio di Reggio. Il vertice si completa con l'amministratore delegato Giuseppe Pezzarossi, i vicepresidenti Aldo Avosani e Ugo Margini.

Nella foto: Brevini, Pezzarossi e Ferrari



■ **FIERE**
BACCO,
DALL'EMILIA
ROMAGNA
AI BALCANI

È partita dalla fiera Expovin nella capitale Chisinau l'iniziativa "Bacco nei Balcani", organizzata da Cosmopolite e Acim (l'associazione italo-moldava appena diventata

Camera di commercio) con il supporto della Regione Emilia-Romagna. Otto imprese emiliano romagnole (Bertoni, Calderoni, Martini e Duranti, Paterlini, F.lli Tabanelli, Tanesini, Verlicchi e Vulcano), costituite in Ati per promuovere prodotti, servizi e attività nel settore vitivinicolo nei Balcani, hanno presentato esempi di macchine tecnologicamente avanzate per la vitivinicoltura, video delle stesse aziende e dei centri storici delle città dove hanno sede: Forlì, Faenza, Lugo, Castelbolognese, Alfonsine e San Martino in Rio.

■ **SETTORI**
INTERACCAI
UTILE LORDO
A 22 MILIONI

Numeri positivi e prospettive di crescita per il Gruppo Interacciai (Interacciai, Stilma, Modena Centro Prove e Nova Stimoil), polo siderurgico da oltre 350 addetti attivo nelle lavorazioni a freddo e nella distribuzione di acciai speciali. L'utile lordo è stato pari a 22 milioni di euro, in crescita del 24% sul 2006; più 32% il giro d'affari, a quota 214 milioni.

■ **CAMERE**
BRUNO FILETTI
SUCCEDE
A SANGALLI

Bruno Filetti, già al vertice di Ascom, è il nuovo presidente della Camera di commercio di Bologna. Succede a Gian Carlo Sangalli che era stato riconfermato a inizio febbraio per il terzo mandato, ma si era dimesso nella prima riunione della nuova Giunta della Camera, essendosi candidato alle elezioni politiche di metà aprile. Tra i punti

salienti del programma di Filetti, che rimarrà in carica come la nuova giunta per cinque anni, l'attenzione all'innovazione, alle nuove filiere, alle reti di impresa e alla stretta connessione fra tutti i settori economici. Ma anche la necessità di valorizzare le grandi potenzialità di attrazione turistica di Bologna e del suo territorio. Come vicepresidente è stata nominata Loretta Ghelfi, segretario generale di Cna Bologna.



di Antonella Cardone

Dalla riforma del commercio alle politiche regionali a tutela del potere d'acquisto

Prove tecniche di mercato perfetto



La concorrenza? Quando c'è stata, dati alla mano, ha prodotto vantaggi per tutti

Le liberalizzazioni fanno bene al piccolo esercente, e non penalizzano la grande distribuzione. A oltre sette anni dall'entrata in vigore della riforma del commercio in Emilia-Romagna, il bilancio si può dire positivo. Soprattutto ricordando che, quando fu decisa la scomparsa dei vincoli per l'apertura di nuovi piccoli negozi (fino a 250 metri quadrati di superficie), moltissimi temevano che un aumento forsennato della concorrenza avrebbe penalizzato tradizionali realtà in favore della grande distribuzione organizzata. Invece, rileva

l'Osservatorio sul commercio della Regione Emilia-Romagna, l'applicazione delle politiche messe in campo dagli enti locali per accom-

pagnare la riforma – per molti versi rivoluzionaria – ha dato buoni frutti. Ovvero, si è riusciti a favorire l'equilibrio tra le diverse tipologie distributive, a promuovere più concorrenza e a garantire il riconoscimento di alcuni specifici diritti del cittadino nella sua veste di consumatore di beni e utente di servizi. Dal 2001 al 2007, in particolare, la Regione Emilia-Romagna ha investito oltre 63 milioni di euro per la qualificazione degli "esercizi di vicinato", ovvero negozi di dimensioni ridotte, spesso ubicati in piccoli Comuni. Un intervento che, da un lato, ha permesso di poter registrare oggi la crescita di tutte le tipologie distributive, con il mantenimento di un sostanziale equilibrio tra i differenti format di vendita, dall'altro ha favorito un'ulteriore modernizzazione nella media e grande distribuzione, senza stravolgimenti o brusche accelerazioni. Insomma, non

c'è stata la temuta "fagocitazione" dei piccoli da parte dei grandi, ovvero le catene commerciali racchiuse nella sigla Gdo (grande distribuzione organizzata).

Il punto della situazione è stato fatto a Bologna, in occasione del convegno "Politiche della Regione Emilia-Romagna per la promozione della concorrenza e della tutela dei consumatori", organizzato proprio per riflettere sui molteplici aspetti della realtà commerciale nostrana, con un particolare focus sul tema del momento: l'aumento generalizzato, per i cittadini, dei prezzi dei beni e della spesa per i consumi. Contro il quale la Regione ha attivato una serie di nuove iniziative, cominciando dall'accordo con la grande distribuzione per garantire, nei super ed ipermercati, la vendita di un tipo di pane a un euro al chilo.

"Era illusorio pensare di poter fer-



Sopra, Guido Pasi assessore regionale al Commercio

mare lo sviluppo della grande distribuzione – spiega l'assessore regionale al Commercio, Guido Pasi – ma la legge regionale è riuscita a favorire l'equilibrio tra le diverse tipologie di vendita, agendo sugli strumenti urbanistici e con i piani di valorizzazione commerciale". Sono stati così avviati, ad esempio, interventi a favore dei cosiddetti "centri commerciali naturali", nei centri storici delle città, per evitare la desertificazione. I benefici che si sono avuti sono stati anche sociali, sottolinea l'assessore, perché "l'assenza di negozi vicini a casa diventa un costo e un danno sociale. Se un anziano non riesce più a fare la spesa, ad esempio, dovrebbe essere il Comune a provvedere tramite i suoi servizi a fornirgli il cibo".

La Regione non ha pensato solo ai commercianti, comunque, ma anche ai consumatori. In particolare, come si legge in una nota distribuita in occasione del convegno di Bologna, l'Emilia-Romagna "ha promosso e sostenuto la funzione delle associazioni dei consumatori – attualmente 13 – con l'erogazione di contributi per lo svolgimento di progetti d'intervento che riguardano attività di formazione e informazione, assistenza e

I NUMERI

Sono ancora gli alimentari a pesare di più sul portafoglio Il caro-vita c'è, da Piacenza a Rimini

I prezzi del "largo consumo confezionato", secondo i dati dell'Osservatorio regionale sui prezzi, sono rimasti più o meno stabili nel primo semestre 2007, arrivando però a un aumento medio del 2,1% nel sesto bimestre. Fino all'autunno dello scorso anno, dunque, le imprese della distribuzione organizzata erano riuscite a contenere i listini, mentre ora hanno più difficoltà, segnala l'Osservatorio nella sua ultima indagine, tanto da portare a "rincarari all'interno del comparto alimentare diffusi nei vari reparti". L'aumento più elevato ha riguardato il reparto del fresco, che, si legge nel rapporto, "nel quarto bimestre del 2007 ha raggiunto il 4,1%, con un'accelerazione di circa due punti percentuali e mezzo. Di poco inferiore – prosegue l'Osservatorio – è l'intensificazione della crescita dei prodotti della drogheria alimentare, in aumento dell'1,8% su base annua". Opposto l'andamento del "freddo" (surgelati), che "ha mostrato ancora una fase di crescita negativa del costo dei prodotti (meno 1,5%), anche se in ridimensionamento, mentre al contrario per le bevande c'è stata un'accelerazione di circa un punto percentuale".

Anche nei reparti merceologici non alimentari, come quelli della cura della casa e della persona, "le strategie di prezzo della grande distribuzione – sottolinea l'Osservatorio – sembrano orientate a una minore intensità promozionale". Dall'analisi svolta provincia per provincia, emerge "una tendenza univoca verso l'innalzamento delle dinamiche di prezzo". In tutte le piazze si rileva infatti "un'accelerazione del costo della spesa e una sostanziale convergenza dei saggi di crescita sopra il 2%, con l'eccezione di due soli casi, Forlì e Modena, dove comunque la dinamica dei prezzi si porta sopra l'1,5%" ■

Antonio Lirosi,
Garante
per la sorveglianza
sul caro-vita



L'ANALISI

La ricetta di Antonio Lirosi: buone pratiche, controlli e confronto con le imprese "Mister prezzi" promuove l'Emilia-Romagna

Si comincia con il pane per arrivare ad avere dai 75 ai 150 prodotti a prezzo "calmierato" tra gli scaffali della grande distribuzione organizzata. La Regione ha già definito un primo accordo con le principali catene della grande distribuzione per offrire la possibilità agli emiliano-romagnoli di acquistare il pane al prezzo "politico" di un euro al chilo, misura ritenuta prioritaria perché proprio il costo del pane ha registrato negli ultimi 12 mesi gli aumenti più alti, nell'ordine del 12,5%. L'accordo sul pane a un euro al chilo – illustra l'assessore regionale al Commercio, Guido Pasi – è la prima conseguenza concreta del lavoro portato avanti dall'Osservatorio regionale dei prezzi e delle tariffe, che non si limita "soltanto a osservare come, quanto e dove crescono i prezzi, ma ci consente di realizzare anche azioni virtuose,

sempre sulla base di accordi volontari, visto che non abbiamo potere coercitivo". Dopo l'intesa sul pane, l'obiettivo della Regione è di arrivare "a bloccare, in alcune catene commerciali, un paniere che comprenda tra 75 e 150 prodotti e servizi di largo consumo", come ha già fatto di recente la Regione Marche. Intanto, il pane a un euro al chilo è un esempio di quelle "buone pratiche" che Mister Prezzi, l'economista Antonio Lirosi, il Garante per la sorveglianza sul caro-vita ospite al convegno "Le politiche della Regione Emilia-Romagna per la promozione della concorrenza e la tutela dei consumatori", indica come una delle vie "per difenderci da una situazione internazionale preoccupante, con il petrolio che costa il doppio rispetto all'anno scorso, le materie prime come il grano che scarseggiano e l'aumento generalizzato dei prezzi". Le buone

pratiche, però, non bastano, continua Mister Prezzi: ecco perché "sono stati rafforzati i controlli nei negozi sugli andamenti anomali dei prezzi, tramite la Guardia di Finanza, nei settori più in tensione", decise anche in base alle segnalazioni al numero verde istituito con le Camere di commercio (800-955.59). Attivo dal 25 febbraio in tutta Italia nelle prime tre settimane, ha ricevuto 2.500 telefonate che hanno dato vita a 1.652 schede di segnalazioni di aumenti, in particolare per carburanti, pane, pasta, latte e Rc auto. Oltre a buone pratiche e controlli, la "terza via" indicata da Lirosi è "il dialogo tra associazioni dei consumatori e categorie imprenditoriali". I tavoli di confronto già aperti a livello nazionale dal Garante sulla carne e sul latte fresco "stanno già portando ai primi risultati", assicura Mister Prezzi ■

IL PROGETTO

Dinamiche inflattive sotto controllo
I poteri del Garante

Il Garante per la sorveglianza dei prezzi, istituito dal Governo con la Finanziaria 2008, ha il compito di rilevare e divulgare la dinamica dei prezzi e delle tariffe. Allo stesso tempo questa figura controlla e segnala gli aumenti che derivano dall'assenza di concorrenza, dalla mancanza di informazioni, o da comportamenti opportunistici di chi opera nelle fasi di produzione e distribuzione del prodotto. Nei casi accertati di speculazione, Mister Prezzi può intervenire con un'azione di "moral suasion", ma soprattutto chiamare la Guardia di Finanza e segnalare la situazione all'Autorità Garante per la concorrenza e il mercato. La nascita di "Mister Prezzi" porta con sé un nuovo impegno da parte delle Camere di commercio: oltre al tradizionale monitoraggio dei prezzi all'ingrosso, ora gli uffici Prezzi e Tariffe ricevono comunicazioni anche su quelli al consumo grazie al numero verde unico nazionale, dove i consumatori possono segnalare tutte le problematiche relative ai prezzi. I dati delle segnalazioni consentiranno a Mister Prezzi di avere a disposizione elementi di valutazione significativi dei fenomeni inflattivi, in grado di supportare iniziative specifiche. In Emilia-Romagna è stato anche costituito un tavolo comune tra Camere di commercio e Unioncamere Emilia-Romagna per coordinare le iniziative con l'Osservatorio regionale dei prezzi e delle tariffe.

consulenza, accrescimento della fiducia nei confronti dei generi alimentari, sostegno ai consumi sostenibili".

Dal 1996 a oggi, i finanziamenti erogati dalla Regione a sostegno dell'associazionismo ammontano a circa 2,5 milioni di euro. Inoltre, "l'utilizzo delle sanzioni inflitte dall'Autorità Antitrust per le politiche a vantaggio dei consumatori ha permesso di rafforzare e attivare servizi diretti alla tutela dei consumatori: negli ultimi tre anni sono stati finanziati in Emilia-Romagna dal ministero dello Sviluppo econo-

mico tre progetti per circa 2,5 milioni di euro". Tra le iniziative realizzate direttamente dalla Regione a favore dei consumatori, coordinate dal servizio Programmazione della distribuzione commerciale, c'è l'attivazione dell'Osservatorio regionale dei prezzi e delle tariffe, la creazione del portale di informazione Ermes Consumer, i programmi di informazione sulla sicurezza stradale, la campagna regionale per il risparmio idrico e una serie di servizi per l'accesso alle informazioni sulla qualità dei prodotti alimentari ■



FOCUS

In crescita le famiglie che privilegiano i grandi magazzini
Sorridente la Gdo: più 4% a fine 2007

Volano in Emilia-Romagna i risultati della grande distribuzione organizzata. Nell'ultimo bimestre del 2007, il fatturato in regione per questo tipo di negozi è cresciuto del 4% rispetto allo stesso periodo dell'anno precedente, uno dei dati più alti nel panorama nazionale. È quanto emerge da Vendite Flash, il bollettino del Centro studi di Unioncamere dedicato al monitoraggio bimestrale del giro d'affari del commercio.

In tutta Italia il fatturato segna una crescita del 3% rispetto allo stesso periodo dello scorso anno, mantenendo così il ritmo conseguito nel corso del 2007 (più 2,8%). La crescita del giro d'affari ha risentito dell'aumento del costo della spesa, che raggiunge nel VI bimestre un tasso

del 2,2%, in ulteriore accelerazione rispetto all'1,7% del quinto bimestre dello scorso anno. "I risultati nel corso del 2007 – precisa Guido Caselli, direttore area studi di Unioncamere Emilia-Romagna – sembrano essere positivi per la Gdo e per i piccoli esercizi specializzati che operano nei centri storici delle città. Per i prodotti di largo consumo, la Gdo è vincente: sempre più le famiglie tendono a privilegiare la spesa nei grandi magazzini, che, in molti casi, presentano modalità di acquisto, prezzi e condizioni più vantaggiose. Resistono però i piccoli negozi che propongono prodotti di nicchia e possono contare su una clientela fidelizzata. Permangono invece difficoltà per gli altri negozi di minori dimensioni e maggiormente esposti

alla concorrenza della grande distribuzione". Secondo l'indagine di Unioncamere in Emilia-Romagna, fra i reparti alimentari è il fresco ad avere messo a segno il tasso di crescita più intenso, con un rialzo del 4,1%, confermando la dinamica già registrata nel bimestre precedente. Latte fresco e formaggi sono aumentati del 5%, latte Uht e burro, rispettivamente del 10 e del 15%. I derivati dei cereali, in particolare le farine, hanno mostrato un rincaro superiore al 15% rispetto all'anno precedente, e la pasta di semola secca è aumentata del 10%. Vi sono poi gli oli di semi, che nel sesto bimestre sono costati al consumatore dieci punti percentuali in più rispetto allo stesso bimestre del 2006 ■

Usa, Russia e Cina principali aree di espansione per la multinazionale delle piastrelle Marazzi raddoppia puntando sui mercati esteri

di Thomas Foschini

L'obiettivo è raddoppiare il fatturato – pari a un miliardo di euro nel 2007 – nei prossimi cinque anni. Lo strumento è l'internazionalizzazione, che, per un leader mondiale del design, della produzione e della commercializzazione delle piastrelle come il Gruppo Marazzi, significa puntare con decisione sui principali mercati esteri di riferimento per il comparto, Stati Uniti, Russia e Cina.

Il Gruppo Marazzi ha fatto parlare di sé negli ultimi decenni proprio per un'aggressiva politica di acquisizione di aziende italiane ed estere, accordi con partner locali e aperture di nuove sedi e stabilimenti oltre confine, tanto che ad oggi l'azienda modenese si configura come una delle principali multinazionali industriali italiane, con 19 stabilimenti produttivi in giro per il mondo – tra Italia, Francia, Spagna, Stati Uniti e Russia – che danno lavoro a oltre 6mila addetti. Proprio gli Stati Uniti – il più importante

mercato di riferimento per Marazzi – saranno teatro di un nuovo importante progetto di sviluppo: entro poche settimane a Dallas, nello stato americano del Texas, sarà operativo un nuovo stabilimento, che raddoppierà la produzione in loco da parte del Gruppo. Una struttura costata 50 milioni di euro e da cui Marazzi si aspetta un ritorno – a regime – pari a 80 milioni di dollari in termini di fatturato aggiuntivo.

Progetti in vista anche sull'altro grande mercato emergente, la Russia, che vede la società di Sassuolo leader di mercato con una quota pari al 9%. L'impianto di Orel, situato a 400 chilometri da Mosca, verrà potenziato con l'obiettivo di raggiungere i 23,5 milioni di metri quadri entro il 2009: un modo, suggerisce il management di Marazzi, anche per sostenere e favorire l'apertura di nuovi punti vendita in tutto il Paese. Non da meno il panorama cinese, che attual-

mente si configura come il più grande mercato mondiale per le piastrelle di ceramica, dove il Gruppo Marazzi è presente da cinque anni: "Abbiamo a budget di vendere 800mila metri quadrati di piastrelle nel 2008 e 3 milioni fuori dalla Cina", ha rivelato alla stampa il presidente Filippo Marazzi ■



ERMES Imprese

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

Regione Emilia Romagna

PRONTO ECONOMIA

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

www.ermesimprese.it

Approvato l'Atto di indirizzo su rendimento e certificazione energetica degli edifici

Nuova legislazione per le case "efficienti"



Dal prossimo 1 luglio i fabbricati nuovi dovranno consumare la metà. Novità anche per le ristrutturazioni

Edifici che consumano meno, edifici che consumano meglio. Questo il senso delle nuove norme regionali per il miglioramento dei consumi energetici degli edifici - dal riscaldamento al raffrescamento, dall'illuminazione degli ambienti alla produzione di acqua calda - e per l'avvio della "certificazione energetica".

L'Atto di indirizzo e coordinamento sui requisiti di rendimento energetico e sulle procedure di certificazione energetica degli edifici - che riguarda non solo le abitazioni private ma anche i fabbricati ad uso delle imprese - è stato approvato lo scorso 4 marzo dall'Assemblea legislativa regionale.

Molte le novità che entreranno in vigore dal prossimo primo luglio, con particolare riguardo agli edifici di nuova costruzione e alle ristrutturazioni dei fabbricati oltre i 1.000 mq. Per esempio, sottolinea l'assessore alle Attività produttive Duccio Campagnoli, "dal primo luglio ci sarà l'obbligo per i nuovi edifici di non superare i 70-80 Kw", a fronte dei 160-180 per mq consumati attualmente: in pratica un dimezzamento. Dovrà poi essere stilata una classifica, puntualizza l'assessore, "che individui i rendimenti più vir-

tuosi". Un fatto da prendere molto sul serio, quello degli edifici "spreconi", in particolare in tempi di caro-energia e sulla base del dato per cui "il settore abitativo - ricorda Campagnoli - rappresenta circa un terzo dei consumi energetici nella regione".

L'Atto, che dà attuazione alla Direttiva 2002/91/CE sul rendimento energetico degli edifici e alla Direttiva 2006/32/CE sull'efficienza degli usi finali di energia, rappresenta anche un importante traguardo rispetto al principio di sussidiarietà, dopo l'approvazione del Decreto Legislativo 192/2005 che assegna priorità alle normative regionali "di dettaglio" su materie concorrenti. L'Atto, in altre parole, "è il primo passo per l'attuazione del Piano energetico regionale, che darà un grande contributo al risparmio energetico e darà avvio a un forte processo di innovazione nel settore abitativo", ricorda Campagnoli, con l'Emilia-Romagna che si è dotata, in materia energetica, "di un quadro normativo completo unico in Italia".

Quattro i principali ambiti disciplinati dal provvedimento: i requisiti minimi di rendimento energetico degli edifici e degli impianti energetici installati; l'attestato di certificazione energetica degli edifici e, come collegato, l'esercizio e la manutenzione degli impianti; l'allestimento di un sistema informativo regionale

volto a monitorare l'evoluzione dell'efficienza energetica degli edifici e degli impianti in relazione all'entrata in vigore della disciplina regionale; le misure promozionali e di sostegno finalizzate all'incremento dell'efficienza energetica. Oltre a normare il rendimento del "nuovo" e le ristrutturazioni dei fabbricati oltre i 1.000 mq, l'Atto insiste anche sulle prestazioni riferibili a interventi su singoli elementi edilizi (dalle caldaie agli infissi, dalla coibentazione del tetto e del sottotetto al cosiddetto "cappotto").

Gli standard stabiliti - dettagliati in base alla tipologia di intervento e alla destinazione d'uso - contemplano anche l'utilizzo di fonti energetiche rinnovabili per la produzione di energia elettrica, che dovranno contribuire in misura non inferiore a 1 Kw per unità abitativa. E non solo: se l'installazione di impianti a fonti rinnovabili risultasse tecnicamente impossibile in un dato edificio, la normativa stabilisce soluzioni alternative, quali il collegamento a una rete di teleriscaldamento, l'adozione di impianti di micro-cogenerazione, il collegamento a "piattaforme fotovoltaiche" di livello comunale.

Infine il capitolo certificazione energetica: gli edifici migliori saranno classificati come A+, e l'"attestato di consumo" dovrà essere sempre disponibile: da subito per gli edifici nuovi o per i complessi oggetto di compravendita; per scaglioni progressivi su tutto il resto del comparto. Fino al 2010, quando l'attestato dovrà comparire anche per la stipula di un banale contratto d'affitto. Chi non ottempera? Per cominciare, niente incentivi nazionali o regionali, mentre misure di sostegno sono già previste per chi realizza edifici che consumano meno di 50 Kw l'anno per mq ■



Sopra, Duccio Campagnoli assessore regionale alle Attività produttive

Pubb

Il caso eccellente del Consorzio cooperative costruzioni di Bologna

Il ballo del mattone non cede il passo

Sulla via Emilia, alle porte di Bologna e a due passi da un'altra eccellenza tutta emiliana, la Ducati, il Ccc (Consorzio cooperative costruzioni) ha da poco inaugurato la sua imponente nuova sede: un arioso edificio di nove piani che sul fronte si presenta in vetro a montanti e traversi, per richiamare l'idea di trasparenza e modernità, sul retro offre grandi scaglie di zinco-titanio intervalante da sottili lastre di finestre che vogliono essere un richiamo tecnologico al tessuto produttivo di cui il lotto del Ccc fa parte. Inaugurata il 12 gennaio scorso alla presenza del ministro



Il colosso emiliano fa da "general contractor" a 235 cooperative del settore

degli Esteri, ma operativa già da settembre dello scorso anno, la nuova sede è stata costruita in ventiquattro mesi ed è costata 23 milioni di euro. Quella sulla via Emilia è solo l'ultima realizzazione del colosso cooperativo che fa da general contractor a 235 coop delle costruzioni. A Bologna, ad

esempio, il Ccc sta completando i lavori del Civis, il nuovo sistema tranviario della città, e per la nuova sede del Comune, a ridosso della stazione ferroviaria. Un intervento, questo, del valore di 100 milioni di euro realizzato in project financing come i tanti che il Ccc porta avanti in giro per l'Italia: "Nel Paese siamo la struttura

che fa più finanza di progetto", fa sapere il presidente del Consorzio Piero Collina. Poco distante dalla nuova sede del Comune, in zona fiera, è sempre il Ccc che, assieme a Manutencoop, sta realizzando la terza torre della Regione Emilia-Romagna (22 piani, 72 metri di altezza, per 60 milioni di euro), così come

LA STORIA

Ccc protagonista dal 1912 della rinascita del territorio In principio erano birocciai e carrettieri

È una storia che dura da quasi un secolo quella del Consorzio cooperative costruzioni, che nasce nel 1912 con il nome di Consorzio fra le cooperative di birocciai, carrettieri ed affini della provincia di Bologna. Il nome attuale arriva nel 1979, dopo l'unificazione con i consorzi delle cooperative di produzione e lavoro di Modena e Ferrara. Nel 1998 il Ccc incorpora il Consorzio nazionale per gli approvvigionamenti, Acam, costituito nel 1960 e da allora diventato il primo cliente nazionale di acciaio per cemento armato, di ceramiche, di calcestruzzo, di ascensori, di attrezzature per l'edilizia e di condotte in acciaio. Ad ottobre 2007 il Ccc si trasforma in consorzio fra società cooperative di produzione e lavoro e adotta il

regime dualistico di amministrazione e controllo.

Storiche le realizzazioni di questo colosso cooperativo tutto emiliano: nei primi decenni dalla sua fondazione, il Ccc ha costruito buona parte della nuova viabilità della provincia di Bologna, la direttissima del Brennero, e ha bonificato le paludi dell'Idice, del Reno e del Po. Nell'ultimo decennio l'impegno del Consorzio cooperative costruzioni si consolida in campo nazionale con la realizzazione di grandi opere a rete come le linee dell'alta velocità Milano-Bologna e Roma-Napoli, gli interventi per l'aeroporto romano Leonardo Da Vinci, per il porto di Marina di Stabia, per la diga Enel di Pietrafitta e per la Torre dell'Eur a Roma ■

il parcheggio multipiano da 5mila posti di via Michelino realizzato in cordata con Adanti (gruppo Maccaferri) per conto di Bologna Fiere e Autostrade per l'Italia. Nel settore sanitario su Bologna il colosso edilizio è impegnato nella costruzione del nuovo Polo delle Neuroscienze al Bellaria (30 milioni di euro), dell'edificio per le Nuove degenze del Sant'Orsola (13 milioni).

Insomma, nonostante il settore edile in Emilia-Romagna come in Italia abbia cominciato a dare segnali di debolezza, il Ccc ha visto gli appalti acquisiti crescere nel 2007 del 2% rispetto al 2006, per un valore complessivo di 1.040 milioni di euro, cui si aggiunge la crescita del 6% (per un valore di 1,3 milioni) dell'attività di approvvigionamento materie prime per le coop aderenti. Il budget totale si chiuderà dunque a 2.390 milioni, mentre per il 2008 si prevede di arrivare alla cifra tonda di 2,4 miliardi. Tutti numeri, questi, che ovviamente non si riferiscono solo al tradizionale bacino di intervento del Ccc, l'Emilia-Romagna. Tra gli interventi realizzati dalle coop del Consorzio ci sono, ad esempio, i restauri della Scala di Milano e la Fenice di Venezia, i lavori alla Reggia di Venaria, il Passante di Mestre, e, dal prossimo anno, la Brebemi, l'auto-



strada che collegherà Milano con Brescia e Bergamo: si tratta di un project financing il cui il Consorzio è socio con l'impresa Pizzarotti. Tra gli appalti acquisiti lo scorso anno, in Veneto c'è il project financing per la progettazione, la realizzazione e la gestione della

superstrada a pedaggio Pedemontana veneta (per un importo di oltre 2 miliardi di euro), in Molise ci si è aggiudicati due appalti per il locale acquedotto (del valore totale di 85 milioni di euro), in Sicilia quello per la gestione del servizio idrico di Caltanissetta (161 milioni di euro), in Lombardia quello per la gestione degli impianti di cogenerazione del policlinico Mangiagalli di Milano (85 milioni) e, sempre nel capoluogo lombardo, quello per la ristrutturazione dello svincolo Lambrate della tangenziale (42 milioni). Il Ccc raccoglie appalti anche a Roma, come

quello per l'ammodernamento di una linea del metrò (45 milioni), e per la progettazione e la realizzazione del nuovo comprensorio direzionale del ministero delle Infrastrutture (41 milioni), così come a Bolzano, dove ristrutturerà il locale ospedale (appalto da circa 30 milioni).

“Il Consorzio – osserva il presidente Piero Collina – sta attraversando un periodo di costante crescita. Ciononostante siamo molto preoccupati per il settore delle costruzioni. Si hanno segnali di un futuro a tinte fosche, soprattutto per la situazione delle opere pubbliche”. Troppe infatti, lamentano i vertici del Ccc, le infrastrutture già previste per cui tardano ad arrivare i fondi e, per conseguenza, i relativi bandi di gara. E il problema riguarderebbe in modo particolare l'Emilia-Romagna, rileva il direttore commerciale del Consorzio edile Omer Degli Esposti, che ha visto la propria quota sugli investimenti nazionali passare in tre anni dal 10 al 7% ■

Piero Collina
presidente
del Consorzio
Sotto, Franco Buzzi,
presidente
dell'Associazione
nazionale
delle cooperative
di produzione lavoro
(Ancpl)

L'ANALISI

Negli ultimi otto anni il settore è cresciuto il doppio del Pil Un comparto trainante per l'economia

Il settore delle costruzioni, almeno per quanto riguarda il punto di vista delle cooperative, si conferma uno dei più vivaci nel panorama economico italiano e regionale. Secondo i dati del Comitato nazionale delle costruzioni di Legacoop, nel 2006 gli investimenti in edilizia ammontavano a 145,458 milioni di euro, una somma corrispondente al 9,9% del Pil e al 46,5% degli investimenti fissi lordi realizzati in Italia. D'altronde, negli ultimi otto anni, grazie anche ai numeri record macinati dal comparto immobiliare, il tasso di crescita del settore delle costruzioni è risultato più che doppio rispetto a quello del Pil. “Dal 1998 al 2006 – ricorda Franco Buzzi, presidente dell'Associazione nazionale delle cooperative di produzione lavoro (Ancpl) – gli investimenti in questo comparto hanno registrato un incremento del 25,5%, mentre nello stesso periodo il Prodotto interno lordo è aumentato dell'11,4%”. Un trend che

ha riguardato anche le cinque cooperative e i 3 consorzi (Ccc di Bologna, Concoop di Forlì e Consorzio ravennate) aderenti ad Ancpl-Legacoop presenti in Emilia-Romagna. Da sole queste imprese hanno fatturato nel 2006 ben 3,7 miliardi di euro, dato lavoro a 7.500 persone, di cui 5.400 soci lavoratori. Dodici di queste cooperative figurano tra le prime 50 imprese di costruzioni in Italia e 4 sono tra le prime dieci: Cmc di Ravenna, Coopsette di Reggio, Unico di Reggio e Cbm di Modena. Tutte insieme mettono insieme un fatturato consolidato (riferito, cioè, anche alle società che fanno parte dell'area di consolidamento) di 4,2 miliardi di euro. Nutrito il drappello di quelle presenti sui mercati esteri: Cmc con il 30% del proprio monte lavori e, con quote minori, Coopsette, Unico e Cpl di Concordia ■



di Antonella Cardone

Si è concluso il concorso regionale riservato a imprenditrici e professioniste

Premiati i volti "rosa" del rinnovamento

Puntare sulle donne non è solo una questione di pari opportunità: "Le donne portano energie ed idee nuove, sono i volti concreti del rinnovamento, e, soprattutto, lo sviluppo e la ricchezza economica e sociale di un paese e di un territorio dipende anche dalla partecipazione diffusa delle donne all'economia e al lavoro". Per questo la Regione Emilia-Romagna ha voluto premiare le migliori imprese femminili impegnate nell'innovazione.

Alto il tasso di occupazione, ma le donne a capo di imprese sono solo il 25%

"Oggi - ha ricordato alla cerimonia di premiazione tenutasi a Bologna l'assessore regionale alle Attività

produttive, Duccio Campagnoli - il tasso di occupazione femminile nella nostra regione è molto alto, pari al 62,7% per 856mila donne in età da lavoro. Invece, appena il 25% delle 400mila imprese regionali è condotta da donne oppure ha nella sua compagine sociale una



componente femminile. Siamo ben lontani da quello che dovrebbe essere l'obiettivo del 50%, ma comunque si tratta di 86mila imprese, dunque non poche. E si tratta di realtà che dimostrano quanto siano grandi le energie messe in campo, davvero capaci di

rinnovare il valore dell'intraprendere ridando freschezza a una parola che non è solo un tecnicismo, ma significa la possibilità concreta di costruire nuove opportunità di sviluppo".

La Regione ha premiato - con un quadro e un assegno di 5mila euro

LE RISORSE

Tre i Programmi varati dal 2001, promossi e cofinanziati dalla Regione Politiche a sostegno dell'imprenditorialità femminile

Sostenere l'accesso delle donne all'impresa e al lavoro autonomo e favorire il consolidamento e la crescita delle loro esperienze aziendali e professionali: questi gli obiettivi da raggiungere, per i quali la Regione Emilia-Romagna, fin dal 2001, ha varato i suoi Programmi per l'imprenditorialità femminile. Fino a oggi questa attività è stata portata avanti attraverso tre distinti programmi triennali, promossi e cofinanziati dalla Regione: il primo, risalente al 2001, del valore di 425mila euro, (di cui 212mila da risorse regionali), il secondo di 375 mila euro (con 187mila euro di parte pubblica) e il terzo - valido per gli anni 2006 e 2007 -

di 370mila euro, con 184 mila euro di fondi propri. In generale, le attività promosse dai tre programmi hanno riguardato azioni d'informazione, attraverso anche un sito internet dedicato all'imprenditoria femminile (www.ermesimprese.it/imprenditoriafemminile), la messa in campo di un Tavolo Tecnico composto da associazioni locali e di rappresentanza, esperte e ricercatrici, la realizzazione di eventi sull'imprenditoria femminile e sul lavoro autonomo delle donne, la messa in campo di un servizio permanente di auditing dei fabbisogni sull'imprenditoria femminile e di informazione sulle opportunità di incentivi ■

Alcuni momenti della premiazione del concorso "Imprenditrici e professioniste per innovare", alla presenza dell'assessore Duccio Campagnoli



– le due esperienze più significative tra le 84 imprese e 44 professioniste partecipanti al concorso “Imprenditrici e professioniste per innovare”, promosso nell’ambito del terzo Programma regionale per l’imprenditorialità femminile dell’assessorato regionale alle Attività produttive. Obiettivo, dare voce a tutte le imprenditrici e lavoratrici autonome e professioniste che nella loro attività hanno promosso innovazione non solo tecnologica ma anche nell’organizzazione del lavoro, nelle politiche di marketing, nelle modalità di vendita dei prodotti e servizi, nella scelta di nicchie di mercato.

Il “Premio imprese” è andato a Romina Pozzi della Analytical research systems, società di ricerca, produzione e commercializzazione di strumenti analitici per il controllo della qualità dell’ambiente e degli alimenti. Si è aggiudicata il “Premio professioni” Maria Beatrice Corvi, che si occupa di gestione ambientale e di programmazione urbanistico-territoriale.



LE TESTIMONIANZE

Conciliare vita e lavoro è dura, ma rinunciano in poche

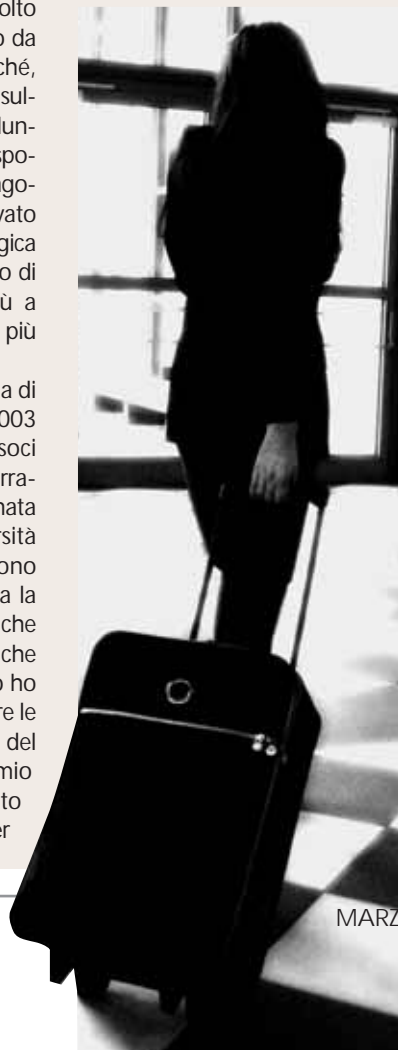
Mamme e manager, difficile ma non impossibile

“In azienda i soci sono tutti genitori, ma io che sono donna ho più problemi di loro”. Due facce della stessa medaglia, portare avanti, in contemporanea, il mestiere di mamma e quello di imprenditrice. Per le libere professioniste, come dimostra il caso di Daniela Savi, commercialista piacentina, la conciliazione dei tempi di cura e lavoro è più semplice. “Ho introdotto un nuovo software che permette, collegandosi a un sito internet riservato, di conoscere in ogni momento la situazione fiscale del cliente. Così sia io che i clienti possiamo sapere in tempo reale, ad esempio, la situazione dell’azienda, in quali settori si è avuta la migliore performance, i trend di crescita. I clienti sono molto soddisfatti, e io ho più tempo da dedicare alla famiglia perché, ovviamente, il sistema è consultabile anche da casa e in qualunque momento posso dare risposta alle domande che mi vengono fatte. Insomma, ho trovato una buona soluzione tecnologica che mi facilita anche nel ruolo di madre, riesco a dedicare più a tempo ai miei figli e sono più serena sul lavoro”.

Un’esperienza diversa è quella di Silvia Vertuani, che dal 2003 guida assieme a due soci (maschi) l’Ambriosialab di Ferrara, realtà di ricerca chimica nata come spin off dell’Università estense. “Adesso che sono diventata mamma – racconta la Vertuani – vedo la differenza che c’è tra me e gli altri miei soci, che pure hanno figli come me. Io ho molta più difficoltà a conciliare le esigenze familiari con quelle del lavoro. Un esempio? Il mio socio per il primo figlio è stato lontano dal lavoro solo per

due settimane, io tutta la maternità me la sono fatta lavorando da casa, senza mai staccare. Ho la fortuna, a differenza di tante mie colleghe imprenditrici, di avere un marito lavoratore dipendente che ha potuto usufruire dei congedi parentali, e il suo aiuto a tempo pieno è essenziale”.

Molte donne scelgono di abbandonare la professione o la guida dell’azienda quando diventano mamme, Silvia no: “No, non credo che mollerò mai il mio lavoro. Come potrei? Ci credo davvero in quanto fatto fino ad oggi, la mia azienda mi dà molte soddisfazioni personali che non sono un ostacolo a una buona gestione della famiglia, anzi” ■



Nove le menzioni speciali, di cui sette per le imprese e tre per le professioniste. Le menzioni sono andate a Silvia Vertuani per l'azienda chimica Ambrosialab, Doriana Esposito per U-Series, impresa bolognese che si occupa di attività di consulenza e ricerca nel campo della radioattività, Alessia Berzolla per Spectre, realtà parmense impegnata nella diagnostica dei materiali, Maria Paola Costi della ThydockPharma, che fa ricerca su

farmaci innovativi per le malattie infettive. Menzione anche per Elena Roda dell'azienda di ricerca chimica Archimede, e per Rossella Terragni del Centro oncologico veterinario bolognese. Tra le professioniste, menzione all'agronoma Gloria Minarelli, per il suo impegno in favore dello sviluppo sostenibile, all'architetto Federica Benfatti, per la sua sensibilità per la tutela del paesaggio, e alla commercialista Daniela Savi.

Protagoniste del concorso sono state giovani imprese nate da non più di tre anni (il 73% del totale), che hanno risposto da tutta la regione. Bologna e Piacenza le province più rappresentate (rispettivamente il 34 e il 16% delle candidature), seguite da Forlì-Cesena e Modena (10%), Reggio Emilia (7%), Ravenna e Parma (6%), Ferrara (5%) e Rimini (4%). Bioedilizia e bioarchitettura gli ambiti più frequenti nella sezione professioni, oltre ad attività di Ict, informatica, formazione professionale, servizi alla persona e alle imprese, medicina. La sezione imprese ha visto un'ampia partecipazione di imprese ad alto contenuto tecnologico che sfruttano risultati della ricerca, come spin off e collaborazioni con università e centri di ricerca. Senza trascurare le aziende attive nei settori Ict, medicina e veterinaria, farmaceutica, comunicazioni e tecnologie informatiche, turismo, servizi alla persona e all'impresa. Mediamente più giovani, anche se di poco, le imprenditrici e socie d'impresa – età media 29 anni – rispetto alle professioniste, attorno ai 34 anni ■



IL CASO

Tre giovani al timone dell'azienda: la più "anziana" ha 26 anni Spectre, specialisti nella diagnostica dei materiali

Donne e giovani sono le categorie più penalizzate nel mondo del lavoro. A sfatare il luogo comune arrivano adesso Elisa Pattacini, Barbara Bertucci, Alessia Berzolla, tre giovani donne – la più "anziana" ha 26 anni – che da qualche mese hanno messo in piedi una nuova impresa con tutte le potenzialità per sfondare sul mercato. Con la loro Spectre si occupano di diagnostica dei materiali per restauratori, enti pubblici e privati: la particolarità consiste nel non limitarsi alla semplice ricerca dei materiali per il restauro, ad esempio, di un bene artistico. Infatti, di un'opera le tre ragazze riescono a ricavare informazioni di carattere storico-artistico, riuscendo, nell'eventualità, a riconoscere falsi o errori di attribuzione. Inoltre progettano soluzioni per gli ambienti e le modalità d'esposizione delle opere d'arte. Insomma, radunano nella società tutte le competenze

che permettono di valorizzare al meglio l'opera d'arte: "Tutte e tre – racconta Alessia Berzolla – abbiamo studiato insieme all'università di Parma, e l'idea di mettere su un'azienda ci è venuta osservando le richieste del mercato. Consultandoci con i nostri professori, abbiamo capito che le potenzialità di sviluppo sarebbero state buone, se fossimo state in grado di dare risposte su misura alle esigenze di imprese ed enti pubblici, più di quanto facciamo ora le realtà esistenti". Così, prosegue Barbara Bertucci, "a ottobre abbiamo dato vita alla società. Finora non abbiamo usufruito di alcun contributo pubblico, speriamo arrivino da Sviluppo Italia. Adesso per il nostro lavoro usiamo molti macchinari dell'università, che di volta in volta modifichiamo in base alle nostre esigenze. Invece vorremmo al più presto diventare autonome, acquistando i macchinari che ci servono" ■

Pubb

di Natascia Ronchetti

Il marchio collettivo PCAA debutta al Mediterranean seafood exposition di Rimini

Pesce dell'Adriatico Un tuffo nella qualità

Il disciplinare è rigorosissimo. Stabilisce – tanto per capire – quali devono essere, già a bordo, le pratiche di selezione, confezionamento e conservazione a freddo del pesce o del mollusco appena pescato dal mare. Definisce i requisiti che, una volta arrivato in banchina, dovranno avere i sistemi igienici di trasferimento, di sosta e di vendita. Prescrive le caratteristiche igieniche dei luoghi di conservazione a freddo, dei locali e delle attrezzature gastronomiche. Il risultato è che il pesce arriva sul tavolo del consumatore come se fosse appena stato pescato. Con origine, qualità, salubrità e freschezza certificate.

Già venti adesioni e 15 candidature per la certificazione ora riconosciuta anche dal ministero

Già, perchè ora il pesce dell'Emilia-Romagna è garantito dal marchio collettivo PCAA (Prodotto Certificato Alto Adriatico) voluto dalla Regione, che ne gestisce la concessione assicurando la tracciabilità del prodotto dalle barche da pesca fino alla vendita. Il 15 febbraio scorso il ministero ha dato il via libera al rico-



noscimento del marchio. Già venti le aziende regionali della filiera del pesce dotate della certificazione che si sono riunite in Consorzio. Altre 15 sono in lista d'attesa, candidate ad aderire.

Primo debutto a Rimini, in febbraio, all'annuale Mse, Mediterranean seafood exposition, la fiera di settore nella quale si sono radunate le imprese che già ora espongono l'inconfondibile logo di un pesce stilizzato nei colori bianco e azzurro. Logo che dà la certezza al consumatore di avere in tavola un prodotto tipico del mare emiliano-romagnolo, del quale si può sapere tutto: dove è stato pescato, quando e come, come è stato trattato, confezionato e trasportato, rispettando tutti i disciplinari di qualità previsti dal Centro di ricerche marine di Cesenatico. Un vantaggio anche per le imprese, che possono contare su un importante strumento di valorizzazione dei prodotti ittici tipici del nostro mare. Dalle vongole alle orate, dai cefali di valle ai gamberi, dai branzini alle cozze.

Dopo tre anni di gestazione del progetto, il traguardo è stato pienamen-

te raggiunto, come rileva l'assessore regionale alle Attività produttive Duccio Campagnoli. "Con il marchio e il Consorzio – dice Campagnoli – uniamo la filiera di tutte le imprese più significative di pesca, lavorazione e commercializzazione della nostra regione, una filiera che vale già oltre un miliardo di euro". Centrato, così, anche l'obiettivo di una "politica per il sostegno e la qualificazione dell'economia ittica regionale – prosegue l'assessore – così importante anche per l'attrattività turistica. Per il pesce di qualità, c'è uno spazio di crescita di mercato perché vi è un consumo medio di poco superiore ai 21 chilogrammi pro capite, che può e deve aumentare di molto anche perché il pesce è un elemento fondamentale per una corretta e buona alimentazione. Oggi, invece, cresce di più l'approvvigionamento dall'estero: possiamo e dobbiamo quindi valorizzare la produzione italiana, sia proveniente dall'attività di pesca che da quelle dell'acquicoltura, nelle quali il pesce adriatico dell'Emilia-Romagna ha un ruolo molto importante".



Tutto è nato nell'ambito del progetto Alto Adriatico per uno sviluppo sostenibile della pesca. Già l'anno scorso, quando cominciava a prendere corpo l'embrione del Consorzio, il marchio aveva cominciato a essere utilizzato da qualche azienda come marchio di impresa. E tra queste c'era il Consorzio pescatori di Goro, colosso cooperativo con 570 soci e un fatturato annuo di 52 milioni di euro realizzato allevando, lavorando e commercializzando molluschi, che è stato tra i primi ad aderire al marchio collettivo. C'era anche il Consorzio di Goro nel padiglione che la Regione a Rimini ha destinato alle imprese che ora aderiscono al marchio collettivo. Un elenco lungo, in cui figurano aziende come la Chef Pronto Service di Riccione, la Adler di Cesenatico, la Bonapesca di Goro, il Consorzio Linea Azzurra di Rimini. Ma anche il mercato ittico di Cesenatico e due ristoranti, quello della motonave Principessa di Gorino, nel Ferrarese, e il Romagnantica di Cervia.

Le imprese compongono una filiera produttiva regionale cui fanno capo 36 aziende di lavorazione e commercializzazione dei prodotti ittici e una cinquantina tra consorzi e cooperative di pesca. La spina dorsale di un'economia che attraverso il marchio e il Consorzio dei prodotti ittici dell'Adriatico punta anche a inserirsi – con la salvaguardia delle produzioni locali – nell'alveo delle politiche Ue per la riduzione del volume del pescato e delle flotte pescherecce. Già dalla sua nascita, quando aveva fatto le prime apparizioni, grossisti e ristoranti avevano espresso subito grande interesse per il marchio, intuendo

la potenzialità della certificazione di qualità come un volano per la valorizzazione della cultura della pesca e per raggiungere l'obiettivo di marketing di legare la produzione al territorio, promuovendo il pesce autoctono al posto di quello d'importazione. Un modo, insomma, anche per far leva sulla domanda del consumatore, rafforzando il valore di mercato del pesce dell'Emilia-Romagna.

Il disciplinare al quale si attengono le imprese che aderiscono al marchio è stato predisposto di concerto con le associazioni di categoria, i pescatori, i mercati ittici. Le regole individuate, come rileva il responsabile del servizio Economia ittica della Regione Aldo Tasselli, "impongono delle

responsabilità concatenate a tutta la filiera per l'uso di un marchio su un prodotto certificato di qualità che sarà tale fino alla scadenza indicata sull'etichetta". Ecco, allora, che attraverso il Consorzio si raggiunge un altro traguardo: quello di stabilire un comune sentire tra le imprese che utilizzano il marchio, perché adottano le stesse procedure per rispondere alla necessità di dare una identità emiliano-romagnola al pesce regionale. Senza dimenticare che il Consorzio mette in contatto spa e cooperative, protagoniste di un progetto condiviso per ampliare le quote di mercato dei prodotti ittici della regione e aumentarne i volumi di vendita ■

IL CASO

Da Rimini a Dubrovnik per la tutela delle risorse ittiche **Via libera all'“Authority” del mare**

Il suo compito sarà quello di dare una politica comune della pesca alle tre regioni italiane che si affacciano sull'alto Adriatico (oltre all'Emilia-Romagna, il Veneto e il Friuli-Venezia Giulia) e successivamente alla Croazia e alla Slovenia, attraverso accordi bilaterali con il governo. Tutto per la tutela delle risorse aliutiche e ambientali del mare. È il Distretto dell'alto Adriatico, che ha avuto il via libera per decreto dal ministero per le Politiche agricole e forestali a più di due anni dall'accordo siglato a Venezia. Il coordinamento del gruppo di lavoro inter-assessorile, che dovrà redigere il programma per arrivare alla creazione di un comitato di gestione, è stato affidato all'assessore alle Attività produttive dell'Emilia-

Romagna Duccio Campagnoli. “Il distretto – spiega Aldo Tasselli, responsabile del servizio Economia ittica della Regione – diventerà un'Authority dell'Adriatico che deciderà le politiche del mare per i prossimi anni. Il suo scopo è quello di costruire un modello gestionale che dia continuità alla pesca e a tutte le attività economiche collegate promuovendo un uso responsabile delle risorse aliutiche e lo sviluppo dell'indotto”.

Tra i compiti del comitato di gestione ci sarà quello di individuare regole comuni in applicazione del piano strategico nazionale e della politica comune della pesca nel Mediterraneo. Primo esempio in Europa di un'esperienza di governance condivisa del mare, si candida ad essere un modello su cui far convergere altre forme di governo concertate nell'area del Mediterraneo. La partnership tra le tre regioni italiane ha già prodotto una georeferenziazione dell'Adriatico, la realizzazione di un Osservatorio sull'economia ittica (ha sede a Chioggia) e di due nuovi mercati ittici a Parenzo e a Fiume, oltre a collegamenti telematici tra i pescherecci e i mercati. Ha portato infine, oltre alla realizzazione del marchio di qualità, all'individuazione di aree di ripopolamento che sono anche occasioni di incontro per il turismo legato alla pesca sportiva ■



di Alberto Nico

Per l'Emilia-Romagna un primato nazionale, a dieci anni dal decreto Ronchi

Con i "mobility manager" mai più tardi al lavoro

Traffico sulla strada, da quasi un'ora siete fermi. Magari c'è pure nebbia e l'orologio corre veloce mentre è quasi ora di timbrare il cartellino. Allora si deve cominciare a correre, scegliendo qualche deviazione per schivare le code, cercando però di non allontanarsi troppo per trovare un posto

dove parcheggiare vicino all'ufficio. Quante volte vi siete trovati in una situazione simile sul tragitto casa-lavoro? Avete mai notato che molto spesso i mezzi pubblici viaggiano più rapidi e sicuri delle automobili, grazie anche alle corsie preferenziali, o che in bicicletta si evitano tutte le file e si pratica anche un po' di movimento? E quanto stress si produce ogni volta che andare al lavoro è una sfida impossibile, perché come voi devono farlo altre migliaia di persone alla stessa ora?

Ci sono imprenditori e amministra-

tori pubblici che hanno cominciato a riflettere, e hanno capito che è molto meglio per tutti se i propri dipendenti arrivano al lavoro il più possibile riposati e in buona forma. Ovvero, questi responsabili di aziende ed enti hanno cominciato a facilitare gli spostamenti dei propri collaboratori, in modo da preservare la loro salute e l'ambiente allo stesso tempo, promuovendo piani eco-sostenibili casa-lavoro, con tante iniziative e servizi collegati per ridurre l'impatto sull'ambiente del movimento quotidiano di centinaia di dipendenti. "Uno degli obiettivi del Piano aziendale di mobilità sostenibile dell'amministrazione regionale - spiega il mobility

manager della Regione Emilia-Romagna, Fabio Formentin - è stato anche migliorare la sicurezza degli spostamenti, visti i dati Inail sul grave e preoccupante fenomeno degli infortuni sul lavoro occorrenti 'in itinere', oltre che accrescere indirettamente la produttività dei dipendenti".

Ha compiuto in marzo dieci anni esatti il decreto ministeriale, voluto dall'allora ministro dell'Ambiente, Edo Ronchi, che ha istituito in Italia la figura del mobility manager aziendale, che una volta nominato lavora al fianco dei manager d'area (creati da Comuni e Province) per coordinare e gestire tutti gli interventi e servi-

Salute, sicurezza e meno stress
Obbligatorio per aziende ed enti di grandi dimensioni

Come si muovono i dipendenti della Provincia di Bologna

Quale mezzo usa abitualmente per recarsi al lavoro? (% su interviste)

	2002	2003	2005
Scooter/moto	14,5	13,2	10,3
Automobile	19,5	14,6	13,7
Auto come passeggero	0,9	1,2	0,4
Auto + autobus	7,2	7,7	7,8
Autobus	22,4	28,1	31,0
Autobus extraurbano + autobus	2,2	3,2	4,4
Autobus extraurbano	2,6	3,4	4,2
Treno + autobus	3,7	6,5	6,9
Treno + scooter o bici	0,6	0,4	0,5
Treno + piedi	8,3	5,1	4,6
Bicicletta	11,6	10,9	8,5
Piedi	6,6	5,7	7,7

Fonte: Mobility Management - Le buone pratiche dell'Italia, Euromobility/Apat, 2007



zi per la mobilità eco-compatibile sul territorio di competenza. "Il mobility manager aziendale è quindi la persona che individua le strategie e propone le soluzioni tecniche e gestionali per organizzare gli spostamenti dei propri colleghi; il suo compito si traduce nel trovare quegli incentivi e quelle 'combinazioni organizzative' che possano essere proposte", spiega Alberto Croce, mobility manager d'area dell'Agenzia per la mobilità di Ferrara (Ami).

Oggi queste figure, previste dal Decreto Ronchi per tutte le aziende con oltre 300 dipendenti per unità locale (o 800 addetti se distribuiti in più sedi), nelle imprese regionali di questa dimensione sono state praticamente tutte nominate. Un primato emiliano-romagnolo nel panorama nazionale: i mobility manager aziendali (sia di enti pubblici che società private) sono passati da 82 nel 2005 a 96 nel 2007. Tra le città, spicca Parma che fa il pieno delle nomine rispetto alle aziende censite da Euromobility (l'associazione nazio-

nale dei mobility manager) con i requisiti previsti dalla legislazione, mentre Bologna "vince" per numerosità di aziende censite e di manager nominati.

Un caso "da manuale" è quello della Ciba Speciality Chemicals di Sasso Marconi (Bo), il cui piano di spostamenti casa-lavoro per i circa 423 dipendenti, che usano per lo più la Porrettana, ha previsto l'adozione del car-pooling con auto aziendali, la promozione degli incentivi per la conversione a Gpl stanziati dalla Provincia di Bologna, condivisione dei mezzi di trasporto collettivi e facilitazioni per chi viaggia sulle due ruote. Altro esempio virtuoso è quello della bolognese Marposs, dove gli abbonamenti (scontati) ai mezzi pubblici si vendono in azienda, e il trasporto collettivo ha sostituito la cinquantina di viaggi casa-lavoro individuali, pari a oltre 26mila chilometri l'anno risparmiati. Stessa cosa allo stabilimento Chase New Holland di Imola (Bo), dove i 40 pendolari usano il "busdaily commuter", evi-

tando così di percorrere complessivamente 36mila chilometri ogni anno. Detta così, la mobilità sostenibile, sembra abbastanza semplice a farsi. In realtà richiede tempo per essere realizzata, con tanto di analisi preliminari. E l'Emilia-Romagna, a dieci anni dalla "nascita" in Italia della mobilità sostenibile aziendale, ha conquistato senza ombra di dubbio la prima posizione tra le regioni italiane per eco-mobilità: "È la regione più all'avanguardia in Italia per vari motivi. Intanto - spiega Lorenzo Bertuccio, direttore scientifico di Euromobility - perché è tra le più



L'INTERVISTA

L'analisi di Fabio Formentin, responsabile del Servizio per la Regione Emilia-Romagna Tre le parole d'ordine: mezzi pubblici, bicicletta e "car pooling"

Dal maggio del 2006, Fabio Formentin è responsabile del Servizio mobilità urbana e trasporto locale della Regione Emilia-Romagna, con competenze di mobilità aziendale e mobility management. Ingegnere civile con grande esperienza nel settore trasporti, Formentin spiega i punti



di forza delle iniziative della Regione per la mobilità sostenibile dei propri dipendenti. Con una premessa: "La scelta compiuta dalla Regione Emilia-Romagna è stata quella di trasformare l'obbligo di legge previsto dal decreto Ronchi in un'opportunità-necessità. Da qui la scelta di non limitarsi a elaborare un piano degli spostamenti casa-lavoro, ma di porsi un obiettivo più ambizioso: quello di redigere un vero e proprio Piano della mobilità aziendale".

Quali sono i punti di forza del Piano della Regione?

"Il Piano è pluriennale e prevede azioni incentrate sull'incentivazione all'utilizzo dei

mezzi di trasporto pubblico, della bicicletta e di altri veicoli con bassissimo impatto, favorendo dunque i sistemi di condivisione nell'uso degli autoveicoli e l'impiego di motori alimentati con carburanti meno inquinanti".

Che azioni in concreto sono state realizzate?

"La prima è stata la concessione di abbonamenti annuali al trasporto pubblico a costi notevolmente ridotti. I risultati sono stati più che buoni: ne sono stati sottoscritti 1.800 su un totale complessivo di 3.060 dipendenti, per non parlare del significativo shift modale rilevato. Oltre a tale iniziativa è stato introdotto un contributo per chi vuole usare uno dei 1.180 posti auto aziendali disponibili, in precedenza completamente gratuiti, e sono state assegnati posti gratuiti al parcheggio dei veicoli car-pooling, cioè usati da almeno due colleghi. Poi è stato realizzato anche il primo Sistema di bike-sharing aziendale, il tutto nel contesto di numerosissime iniziative

di comunicazione e informazione interna ed esterna".

Sono state incontrate delle difficoltà nell'implementazione del Piano?

"Una delle criticità incontrate riguardava l'elevato numero di sedi lavorative della Regione, circa 50 in tutto il territorio regionale. Un'ulteriore difficoltà è la collocazione della principale sede regionale nell'ambito del Fiera District di Bologna: ciò implica il dover 'convivere' con le continue irregolarità derivanti dal sovraccarico di traffico prodotto dalle manifestazioni fieristiche".

Quanto costa per un'azienda-ente delle dimensioni della Regione Emilia-Romagna un Piano di mobilità sostenibile?

"Il Piano della mobilità aziendale è stato integralmente elaborato e redatto con risorse appartenenti all'organico regionale. L'attuazione delle molteplici azioni previste, con particolare riferimento alle agevolazioni per i mezzi pubblici e per le altre modalità di trasporto alternative, hanno un costo di circa 300mila euro l'anno" ■

avanzate per quanto riguarda l'eccellente cultura amministrativa del territorio; poi perché ha una tradizione molto radicata di mobilità ciclabile: l'uso della bicicletta in Emilia-Romagna è più diffuso che in altre regioni del Paese, con 16 abitanti ogni 100 chilometri di piste ciclabili. Le due ruote a pedali sono diventate di fatto l'alternativa principale al mezzo pubblico, oltre che alle auto private. Infine, ultimo motivo, è quello legato ai livelli di qualità dell'aria, un'emergenza che ha spinto molti sindaci, in quanto responsabili della salute pubblica, a

investire risorse per implementare tutte le soluzioni possibili di mobilità sostenibile".

Ma quanto costa a un'azienda istituire il mobility manager aziendale? "Quando l'azienda - spiega Bertuccio - non vuole spendere 40-50mila euro l'anno necessari ad assumere un professionista, in generale si avvale di consulenti esterni, con un costo annuo di circa 15-20mila euro. Ma nella maggior parte dei casi si tratta di figure già presenti in azienda, che sono supportate dal manager d'area presso l'ente pubblico territoriale". "Visto che il Decreto Ronchi obbliga le nomine nelle aziende con requisiti ma non prevede sanzioni per quelle inadempienti - osserva però il direttore scientifico di Euromobility - da tempo proponiamo al governo di inserire in Finanziaria una voce che preveda il recupero dei costi tramite credito d'imposta, creando così meccanismi virtuosi stabili per incentivare le aziende alla nomina di questi manager e all'adozione di conseguenti iniziative per la mobilità sostenibile".

Il problema di un sistema di mobilità eco-compatibile è infatti particolarmente urgente, visto il tasso di motorizzazione italiano che è il più alto d'Europa: 61,7 auto ogni 100 abitanti, mentre la media europea

(dove il mobility management anche aziendale è partito prima) è di 46 automobili. In questo quadro, comunque, la regione mantiene salda la leadership nazionale, che nel primo Rapporto del 2007 sull'eco-mobilità in 50 città italiane (elaborata ogni anno da Euromobility e Kyoto Club) piazza Bologna al primo posto, seguita da Parma e Modena, e poi Milano, Venezia, Firenze e Torino. Anche nei veicoli alimentati a metano, solo in tre città italiane (Reggio Emilia, Ravenna e Ferrara) si è superato il 10% del totale circolante. "La leadership eco-sostenibile dell'Emilia-Romagna - è l'opinione di Lucia Gola, mobility manager d'area di Parma - deriva anche da un atteggiamento diverso, più aperto all'innovazione, che caratterizza la cultura dei cittadini, delle imprese e delle amministrazioni della regione". Mentre secondo Fabio Formentin, mobility manager della Regione, "le scelte di sostenibilità ambientale effettuate a livello regionale sono tutte permeate da un approccio equilibrato e coerente tipico delle politiche pubbliche dell'Emilia-Romagna, che coniugano insieme sviluppo economico, benessere delle persone e difesa dell'ambiente per le future generazioni" ■



IL CASO

Primo e unico Comune in Italia a sostenere le aziende "virtuose" **Parma finanzia la mobilità sostenibile**

Nel contesto d'eccellenza dell'Emilia-Romagna spiccano le iniziative di Parma, primo e per ora unico Comune in Italia ad avere attivato un bando che finanzia i piani di mobilità sostenibile delle imprese con oltre 300 dipendenti, come prevede il decreto voluto nel 1998 dall'allora ministro, Edo Ronchi.

"Il primo bando a favore di piani di mobilità aziendale - spiega la mobility manager d'area di Parma, Lucia Gola, che guida l'apposita società comunale Infomobility - è partito due anni fa con un fondo di 200mila euro, con il quale abbiamo finanziato le iniziative di otto grandi aziende, coinvolgendo i loro 5.613 dipendenti totali. Ora stiamo per procedere con un secondo bando che allargherà probabilmente i finanziamenti anche ai piani aziendali di spostamento casa-lavoro".

I fondi, stanziati grazie ai finanziamenti arrivati a Parma per l'insediamento dell'Authority europea per la sicurezza alimentare, hanno supportato numerosi progetti quali la realizzazione di par-

cheggi aziendali per le biciclette con colonnine di ricarica per quelle a trazione elettrica, sconti fino al 50% sul prezzo degli abbonamenti ai mezzi pubblici per i dipendenti, navette aziendali, finanziamenti per l'acquisto in leasing di auto aziendali a Gpl o metano, ecc.

"Oltre quelle direttamente interessate dal primo bando - prosegue Gola - sono state coinvolte dalle attività di mobility management d'area una trentina di aziende pubbliche e private che abbiamo assistito nella predisposizione dei piani di spostamento casa-lavoro, pari a 73 in totale". Tra queste, Barilla, Chiesi, Nestlé, Comune e Provincia di Parma, Inail, Enia, Tep, Cariparma Credit Agricole, Bormioli. Al mobility manager d'area, che con un apposito questionario ha raccolto le informazioni sugli spostamenti di oltre 16mila dipendenti delle imprese pubbliche e private parmensi, si sono infatti rivolti i manager aziendali attivati nelle aziende ■

Pubb

di Giuseppe Sangiorgi

Le 27 Camere di commercio italiane dell'area Europa si incontrano a Bologna

Innovazione e qualità per il mercato Ue

Per l'Emilia-Romagna, l'Europa rappresenta un mercato già consolidato, ma anche in continua espansione: assorbe, infatti, oltre il 70% dell'intero export, trainato da settori come meccanica e agroalimentare. In particolare, una fetta pari al 59% è destinata all'Unione Europea, con Germania e Francia in testa. Nei primi nove mesi del 2007, le esportazioni regionali sono aumentate dell'11,9%, a conferma dell'importanza del vecchio continente per la realtà produttiva locale.

In questo contesto, le 27 Camere di commercio italiane all'estero dell'area Europa hanno scelto Bologna e la collaborazione di Unioncamere Emilia-Romagna per la riunione di presentazione del programma annuale di attività, composto da oltre 600 iniziative, di cui la metà di tipo plurisetoriale. Oltre ad azioni di promozione integrata, per il 2008 sono previste attività sia a supporto del made in

Italy tradizionale (agroalimentare e ristorazione, con un 13,6% sul totale, arredo-casa, 3%, e tessile e abbigliamento, 2,6%), dei settori a maggior contenuto innovativo, ricerca, sviluppo ed energia (3%), fino a formazione e istruzione (8,5%), editoria e stampa (2,6%).

“Per il 2008 – spiega Nicola Caprioli, rappresentante delle Camere di commercio italiane dell'area Europa e presidente della Camera di commercio italiana di Nizza – le Camere di commercio italiane dell'area

Europa hanno deciso di proseguire nella realizzazione di attività promozionali in settori innovativi. La profonda conoscenza del mercato europeo ci consente di orientare le nostre azioni verso comparti a più elevato valore aggiunto su cui sempre più in futuro si giocherà la competizione globale”.

Le Cciece sono costituite da imprenditori italiani che operano oltreconfine, e hanno il compito di orientare la produzione delle nostre aziende verso i settori con maggiori potenzia-

Il vecchio continente, da solo, raccoglie almeno il 70% delle esportazioni emiliano-romagnole



L'EVENTO

Appuntamento a Rimini il prossimo autunno

Convention mondiale delle Cciece

Si terrà a Rimini dall'11 al 15 ottobre 2008, la diciassettesima Convention Mondiale delle Camere di Commercio Italiane all'Estero (CCIE). Dopo Parma (1998), Modena (2001) e Bologna (2004), l'evento si svolgerà ancora in Emilia-Romagna, affidato questa volta alla Camera di commercio di Rimini. All'appuntamento, organizzato in collaborazione con Rimini Fiera, parteciperanno le 74 Camere di commercio italiane che operano nei cinque continenti. Alla Convention – composta da diversi momenti, dalle sessioni dedicate ai lavori interni al

convegno sui temi dell'internazionalizzazione, fino agli incontri one-to-one tra i rappresentanti camerali e le imprese del territorio – prenderanno parte 150 delegati, per un totale di 700 partecipanti. “Sarà un'occasione importante – dice il segretario generale della Camera di Rimini, Maurizio Temeroli – per lo sviluppo dei rapporti della rete camerale all'estero con tutti i soggetti attivi della promotion italiana. Il network riunito in Assocamerestero offre un supporto concreto per assistere e indirizzare le Pmi nel loro processo di internazionalizzazione” ■

lità: “Le Camere italiane all'estero – dice Alberto Mantovani, vicepresidente di Unioncamere Emilia-Romagna – sono una rete in grado di offrire un sostegno a tutto tondo alle imprese che intendono internazionalizzarsi. Nel contesto attuale, che evidenzia ancora un soddisfacente trend espansivo per le esportazioni del nostro territorio, vanno messe in campo risorse e programmi per sfruttare ogni possibile opportunità di sviluppo, a cominciare dal mercato europeo”.

Tre sono le iniziative di rete che nel 2008 vedranno impegnate le Camere di Commercio europee, per veicolare una maggiore conoscenza delle eccellenze che, soprattutto nell'ambito dei distretti, il nostro Paese è in grado di esprimere in settori come le biotecnologie, la subfornitura aerospaziale e lo sviluppo di energia da fonti rinnovabili. L'obiettivo è la creazione di una vera e propria “borsa di contatti” tra imprese italiane ed estere per attivare partenariati tecnologici e industriali. “Il confronto con i competitor internazionali – sottolinea Augusto Strianese, vice presidente di Assocamerestero – sta spingendo le imprese italiane a processi di innovazione, che necessitano non solo di maggiori investimenti in ricerca e sviluppo, ma anche di un'azione promozionale che consolidi a livello europeo una rete di collaborazioni tra imprese, università e centri di ricerca. In quest'ottica, fondamentale è il contributo che le Camere italiane all'estero possono offrire grazie alla capacità di analisi dei mercati in cui operano”.

L'incontro di Bologna, grazie alla partecipazione delle istituzioni nazionali e locali, oltre ai principali soggetti regionali impegnati nell'attività di promozione, ha dimostrato la solidità dei rapporti instaurati dal sistema camerale emiliano-romagnolo in tema di internazionalizzazione. Il modello di riferimento si fonde sull'integrazione, sulla base di progetti innovativi indirizzati ad aree e settori. “È essenziale – spiega Alessandro Barberis, vicepresidente di Unioncamere italiana – la collaborazione tra tutti i soggetti di governance coinvolti nel radicamento delle imprese italiane all'estero. Spesso dato per



Maurizio Temeroli, segretario generale della Camera di Commercio di Rimini.

Sotto, Carlo Alberto Roncarati, presidente della Camera di Commercio di Ferrara

acquisito, il mercato europeo non va invece sottovalutato per le opportunità che presenta sia in termini di sbocco dei prodotti del made in Italy che di alleanze e partnership strategiche per la penetrazione nei mercati extra-europei”. Per tanti imprenditori, l'Europa costituisce infatti lo sbocco per trovare nuove nicchie a prodotti, di qualità e prezzo elevati, che non possono competere con i bassi costi della concorrenza asiatica.

“A fronte del consolidamento dell'euro rispetto al dollaro, per le imprese emiliano-romagnole – precisa Ugo Girardi, segretario generale di Unioncamere Emilia-Romagna – il mercato europeo resta fondamentale: l'export regionale cresce grazie alla qualità delle produzioni e a un più elevato tasso di innovazione che consente di ampliare le quote di mercato”. Di particolare interesse sono i paesi dell'Europa dell'Est, entrati di recente nell'Unione europea dove i fondi strutturali comunitari rappresentano un'opportunità per le aziende italiane interessate a investire in considerazione soprattutto dei contributi a fondo perduto sul valore del progetto finanziato. Un'altra frontiera è rappresentata da paesi “in fase di adesione” come la Turchia, importante per dimensioni e capacità di adeguarsi agli standard comunitari di produzione.

Proprio la Turchia è al centro di un progetto avviato nel 2008 da Regione Emilia-Romagna, Ice, ministero del Commercio internazionale, sistema camerale regionale per la creazione di partnership commerciali e produttive con imprese turche nell'agroindustria. La scadenza per aderire è fissata al 16 maggio ■

IL CASO

Un importante accordo frutto di un'attenta “regia” Ferrara punta sulla Serbia

La Camera di commercio, “casa” delle imprese, diventa sempre più un elemento di riferimento per puntare all'estero. Un esempio arriva da Ferrara, dove, nella sede dell'ente camerale di Largo Castello, è stato siglato un accordo di collaborazione commerciale tra Corte Bianca s.r.l. di Copparo, azienda attiva nella produzione di latte, yogurt, mousse di frutta, the, bevande vegetali, e la ditta Siribela di Belgrado, capitale della Serbia. L'accordo, firmato da Michele Benvenuti, amministratore delegato di Corte Bianca srl, Branislav Pomoriski e Dragan Jovic di Siribela, prevede l'esportazione nel Paese balcanico di succhi di frutta e yogurt prodotti nello stabilimento ferrarese.

“Essere protagonisti delle trasformazioni che interessano l'economia globale – ha dichiarato Carlo Alberto Roncarati, a cui si deve la “regia” dell'operazione – è fondamentale per le imprese, che già si confrontano quotidianamente con competitor internazionali, ma anche per i territori dove esse operano. La scelta della Camera per la firma di un'intesa importante è motivo di orgoglio per un'istituzione che mette a punto strategie di intervento sui mercati a servizio della business community locale”.

I flussi di interscambio tra la Serbia e la provincia di Ferrara sono in fase di crescita. “La Serbia – ha affermato Michele Benvenuti – da tempo è al centro della nostra strategia di export aziendale, sia in termini di vendite che di nuovi investimenti. Siamo contenti di aver compiuto questo importante passo proprio in Camera di commercio, che sentiamo sempre più vicina a noi” ■



di Giuseppe Sangiorgi

Stati Uniti e Brasile protagonisti alla quinta edizione di NauticaMed World

L'industria nautica riscopre le Americhe

È stata dedicata a Stati Uniti e Brasile la quinta edizione di NauticaMed World, organizzata dall'Azienda speciale della Camera di commercio di Ravenna, Sidi-Eurosportello e dall'Istituto nazionale per il commercio estero per le imprese della cantieristica da diporto e dell'indotto (dalla subfornitura, ai cantieri nautici, ai servizi turistici al chartering, alla progettazione e al design). Alla riscoperta delle Americhe, insomma, con una quarantina di imprese italiane – di cui la metà emiliano-romagnole – che hanno potuto approcciare questi interessanti mercati nei tre

giorni della manifestazione attraverso una serie di incontri d'affari bilaterali selezionati (B2B), con una ventina di potenziali partner provenienti dai due paesi target.

Gli Stati Uniti sono il primo produttore al mondo di imbarcazioni da diporto (con un giro di affari annuo pari a 37 miliardi di dollari) e contri-



buiscono per il 60% all'intero fatturato nautico mondiale. Soprattutto, sono il principale mercato di importazione dell'accessoristica e componentistica "made in Italy". Il Brasile, mercato emergente con ottime performance di crescita nel comparto nautico, sceglie il design italiano. "La formula di NauticaMed World – dice il presidente della Camera di

commercio di Ravenna, Gian Franco Bessi – è consolidata e apprezzata perché rende possibili incontri diretti tra aziende italiane e imprenditori stranieri fin dal primo giorno. In questo modo possono essere messe a punto forniture specifiche e opportunità di partnership future. Per questo NauticaMed World è uno degli esempi più avanzati di sostegno all'internazionalizzazione".

La cantieristica e le aziende che producono accessori stanno vivendo una fase di espansione per rispondere ad un mercato in crescita continua: "L'auspicio è di accompagnare lo sviluppo – aggiunge Bessi – con infrastrutture e servizi adeguati, accelerando i tempi decisionali. Un volano importante da far decollare è il distretto della nautica da diporto". Negli stand appositamente allestiti all'Almagià, sono stati circa 400 gli incontri realizzati nell'arco di due giornate. È prevalso l'interesse delle aziende italiane a sviluppare collaborazioni di tipo commerciale, anche se una percentuale di rilievo ha espresso la volontà di intraprendere partnership produttive e tecno-

Venti operatori del nuovo mondo in missione a Rimini, per un comparto che non conosce crisi



LE CIFRE

Nel 2007 giro d'affari a quota 450 milioni di euro I numeri di un distretto al top

Quarta regione in Italia per numero di imprese e seconda per occupati, dopo la Lombardia. Si conferma in buona salute il distretto emiliano-romagnolo della nautica, che ha chiuso il 2007 con un giro d'affari di 450 milioni di euro, pari all'8,4% del dato italiano. Sono 240, su un totale nazionale di 2.865, le imprese attive in regione nei comparti più diversi: dalla nautica da diporto agli accessori, passando per la motoristica. Sono soprattutto piccole imprese (la media è di 9 dipendenti).

Il tutto grazie al lavoro di 3.700 addetti, indotto escluso, contro gli oltre 24mila impegnati in tutta la penisola. Motore della crescita, in linea con l'andamento nazionale, è la domanda di grandi imbarcazioni – da sette anni cresce la richiesta di yacht e barche a vela di oltre 24 metri, dove l'Italia è il primo produttore mondiale – accanto al deciso incremento della produzione destinata all'export. Oltreconfine l'espansione ha finora riguardato l'Est europeo (Russia soprattutto), Cina e India, mentre si fa avanti il mercato della Corea del Sud ■

di Giuseppe Sangiorgi

Gian Franco Bessi, presidente della Camera di Ravenna "Nuove tecnologie? I tempi sono maturi anche per le imprese individuali"

logiche con operatori brasiliani. Nell'ultimo giorno, le visite aziendali a Marina di Ravenna (al Cantiere Nautico Della Pasqua e al porto turistico Marinara) sono state precedute dal convegno "Pmi e nautica: formazione come leva per la competitività" alla Camera di commercio. Una novità, quella del pubblico dibattito, volta a far emergere il ruolo della formazione come fattore chiave per lo sviluppo del settore. A fronte di molte possibilità connesse alle oltre 50 mansioni legate alla nautica e alle sue specializzazioni, il ricambio generazionale è infatti una delle maggiori preoccupazioni. I maestri d'ascia, ad esempio, sono una merce sempre più rara sul mercato del lavoro. Per questo imprenditori e istituzioni si stanno interrogando sugli strumenti più idonei per trasmettere il mestiere.

A Ravenna non sono mancate le testimonianze sulle esperienze messe in campo per affrontare il problema. La prospettiva può essere quella di una "accademia italiana della nautica" da cui far uscire nuove leve. Gli esempi non mancano: dal master in "Yacht engineering" di Viareggio, dedicato ad architetti ed ingegneri, all'Istituto tecnico nautico di Trieste, che suggerisce di creare una rete di interventi formativi. A Ravenna, si attende l'avvio del distretto dove sorgerà un centro di formazione professionale. "In questa ottica e della possibilità che la Regione scelga Ravenna come sede per il Centro di innovazione nautica - dice l'assessore alle Attività produttive del Comune di Ravenna, Matteo Casadio - è necessario un ragionamento di sistema, senza frammentazioni". Da registrare, intanto, un passo decisivo verso la realizzazione del terminal crociere di Porto Corsini. L'Autorità Portuale di Ravenna ha dato il via ai lavori per la realizzazione della banchina, lunga 390 metri. Questa prima fase sarà completata entro il prossimo settembre. Allora si potrà procedere alla realizzazione del pontile lungo oltre 300 metri, e al dragaggio dei fondali per poter accogliere le grandi navi da crociera nel 2010, che aprirà una prospettiva nuova per un segmento importante del turismo moderno. In totale la costruzione del terminal vale 29 milioni di euro ■

Ravenna è stata una delle dieci Camere di commercio "pilota" individuate a livello nazionale per la sperimentazione di 'Comunica', la nuova modalità di attivazione telematica delle aziende, con un'unica pratica inviata al Registro delle Imprese per assolvere anche gli adempimenti relativi ad Agenzia delle Entrate, Inps e Inail.

Presidente Bessi, che significato ha la scelta di Ravenna, prima in Emilia-Romagna?

"Abbiamo voluto essere tra i primi sperimentatori perchè riteniamo importante verificare dall'inizio la portata delle nuove tecnologie, per dare immediate risposte alle imprese. A Ravenna c'erano le condizioni per cominciare subito grazie alla collaborazione degli altri attori, Agenzia delle Entrate, Inps e Inail, ma soprattutto grazie alla disponibilità delle associazioni di categoria e degli ordini professionali. In particolare ci ha seguito la Cna, trovando anche la disponibilità di un imprenditore che, proprio il primo giorno di sperimentazione, intendeva iniziare l'attività. Significativo il fatto che si trattasse di un cittadino straniero: i tempi sono maturi anche per le imprese individuali che si stanno avvicinando all'utilizzo delle modalità telematiche".

Con quali prospettive, in generale, va evolvendosi il rapporto con le associazioni di categoria?

"La collaborazione è continua. La Camera di commercio e le organizzazioni di categoria perseguono due obiettivi comuni: la semplificazione burocratica e la promozione dell'economia. L'Ente diventa punto d'incontro delle aspettative delle associazioni

e cerca di concretizzarle. 'Comunica' è un valido esempio. Posso citare però anche la tutela dei marchi e dei brevetti, la conciliazione e l'arbitrato, le azioni a sostegno dell'internazionalizzazione, le iniziative sulla tracciabilità dei prodotti agricoli".

Per le imprese è importante il sostegno all'innovazione, come il recente progetto Ponte Innovazione.

"L'obiettivo è di agevolare le dinamiche nelle Pmi facilitando il collegamento tra il mondo della ricerca e quello dell'impresa, che spesso dialogano poco. Si tratta di un servizio, consultabile gratuitamente su internet collegandosi agli 'Sportelli Tecnologici' delle Camere di Commercio dell'Emilia-Romagna, che intende censire tutti i centri di conoscenza a livello regionale. Lo scopo è di consentire alle Pmi di individuare, attraverso ricerche mirate, il soggetto che può fornire una risposta ai bisogni di innovazione".

Per l'impresa, sempre più rilevante è l'attenzione alla responsabilità sociale. La Camera di Ravenna ha appena concluso un percorso in materia.

"Agape è un programma finanziato nell'ambito dell'iniziativa comunitaria Equal dal Fondo sociale europeo, dal ministero del Lavoro e delle politiche sociali e dalla Regione Emilia-Romagna per dare un aiuto concreto alle fasce deboli attraverso la 'piena e buona occupazione' e per la diffusione di 'buone prassi' finalizzate allo sviluppo dei 'territori socialmente responsabili'. Il sistema camerale è impegnato sul tema per promuovere un nuovo modello di sviluppo competitivo e anche il nostro ente ha messo in campo consistenti risorse ed energie".



IN SETTORI COME IL TURISMO, LA CAMERA SCEGLIE ANCHE STRUMENTI SPECIFICI.

Nei giorni scorsi 60 strutture, 47 alberghiere e 13 ristoratori della provincia di Ravenna, hanno ottenuto il marchio di qualità Ismart 2008. È un segnale importante: significa che il nostro turismo sa cogliere le esigenze della moderna industria della vacanza. Il logo, con la "Q" di qualità che contraddistingue il marchio, è una garanzia per il turista, ma anche un investimento promozionale e commerciale.

Pubb



CARISBO



BENE IL 2007, QUALCHE INCERTEZZA PER IL 2008

Unioncamere Emilia-Romagna:
"La crescita prosegue.
Per il futuro, investire
su innovazione e qualità,
facendo della conoscenza
il differenziale competitivo"

Confindustria Emilia-Romagna:
"Complessità e incertezza
del quadro internazionale
condizionano le previsioni 2008.
Occorre fare ogni sforzo
per accrescere
la competitività delle imprese"

Carisbo:
"Non c'è credit crunch:
le banche continuano
a finanziare la crescita
delle imprese"

Nella foto:
Filippo Cavazzuti
presidente di Carisbo
Anna Maria Artoni,
presidente Confindustria regionale
Andrea Zanlari,
presidente di Unioncamere
Emilia-Romagna

Il 2007 per l'economia dell'Emilia-Romagna si è chiuso con un bilancio positivo. Negli ultimi tre mesi, la produzione manifatturiera regionale è aumentata tendenzialmente dell'1,7 per cento, risultando anzi in leggera accelerazione riguardo al trimestre precedente.

Complessivamente, il 2007 ha registrato un incremento annuo della produzione del 2,1 per cento, in leggero rallentamento rispetto alla crescita del 2,3 per cento riscontrata nel 2006. In Italia è stata registrata una situazione analoga, ma caratterizzata da un tasso di crescita medio annuo più contenuto pari all'1,2 per cento.

Per il 2008, le attese sulla crescita sono però più contenute. Sono alcune delle indicazioni che emergono dall'indagine congiunturale relativa al quarto trimestre 2007 sull'industria manifatturiera dell'Emilia-Romagna, realizzata in collaborazione tra Unioncamere Emilia-Romagna, Confindustria Emilia-Romagna e Carisbo. La crescita del quarto trimestre ha interessato la maggioranza dei comparti produttivi, con la meccanica a fare da traino. Ogni dimensione aziendale è apparsa in aumento, sia pure con diversa intensità: la produzione è salita dello 0,7 per cento nelle imprese fino a nove dipendenti e da 10 a 49 dipendenti, mentre nella fascia da 50 a 500 dipendenti l'incremento è stato molto più significativo (+2,8 per cento). Il fatturato è cresciuto tendenzialmente nel

quarto trimestre dell'1,8 per cento. Importante il ruolo svolto dal commercio con l'estero. Su base annua le esportazioni sono aumentate del 3,5 per cento, uguagliando nella sostanza il risultato del 2006. Secondo i dati ISTAT, nei primi nove mesi del 2007 le esportazioni di prodotti manifatturieri sono aumentate di oltre il 12 per cento. La forza dell'euro rispetto al dollaro ha penalizzato le esportazioni verso gli Stati Uniti, rimaste uguali rispetto al 2006, tuttavia è cresciuto notevolmente il mercato europeo, in particolare quello centro-orientale. "Potremmo dire - sostiene Andrea Zanlari, Presidente di Unioncamere Emilia-Romagna - che il 2007 è stato un anno di crescita, soprattutto per quelle imprese che hanno saputo fare dell'innovazione e della qualità un differenziale competitivo. Per molte di queste aziende, ciò è stato possi-

bile grazie al fatto di essere inseriti in un contesto di filiera, appartenere ad un gruppo o avere una forte rete di committenza-subfornitura. Questo appare essere il vero fattore di competitività. È da qui - conclude Zanlari - che occorre ripartire per affrontare le difficoltà congiunturali che sembrano prospettarsi per il 2008. Puntare su innovazione, qualità, formazione del capitale umano, fare rete: dalla nostra capacità di muoverci verso questa direzione dipenderanno i risultati futuri".

"Mentre in Italia c'è qualche segnale di rallentamento nella crescita degli impieghi, in Emilia-Romagna - dichiara Filippo Cavazzuti, Presidente di Carisbo - la dinamica dei prestiti alle imprese e alle famiglie si è mantenuta vivace e allontana i timori di un possibile credit crunch. Il credito pare non avere ancora risentito dell'indebolimento del ciclo con-



giunturale, prevalentemente originato dal rallentamento dell'economia americana che gli analisti valutano fra l'1,3 e il 2% del Pil statunitense per il 2008".

"Continua ad essere buono il tasso di crescita dei finanziamenti alle imprese, soprattutto nel breve termine, nelle aziende medio-grandi, negli investimenti in macchinari e attrezzature. – prosegue Cavazzuti – In particolare, i finanziamenti alle aziende manifattur-

re sono saliti dell'11,1%, una crescita a due cifre che non si vedeva da alcuni anni. Le turbolenze sui mercati finanziari internazionali spingeranno tuttavia le banche, nel corso del 2008, a valutare con maggior attenzione i rischi associati ai finanziamenti erogati a famiglie e imprese".

"La complessità e l'incertezza del quadro internazionale – afferma Anna Maria Artoni, Presidente di Confindustria Emilia-Romagna –

condizionano le previsioni 2008 per l'economia dell'Emilia-Romagna. Le aspettative degli imprenditori sono più caute rispetto ai mesi precedenti, pur in un clima ancora positivo: il 49% degli imprenditori, secondo la rilevazione previsionale di Confindustria su circa 700 imprese che integra l'indagine Unioncamere, prevede per il semestre in corso la stabilità dei livelli produttivi, il 39% si aspetta un aumento della produzione, sia

per effetto della domanda estera sia per quella interna, e il 12% una diminuzione. Le imprese di medie e grandi dimensioni mostrano prospettive più favorevoli: il 48% si attende una crescita produttiva, mentre per le piccole solo il 32% prevede un aumento".

"Le tensioni nei mercati finanziari internazionali, – sottolinea la Presidente regionale degli industriali – l'ulteriore ampliamento del rapporto di cambio euro-dollaro, la crescita del prezzo del petrolio, le aspettative di calo della domanda, i timori per una ripresa dell'inflazione, alcuni focolai di crisi geopolitica, incrociati con le perduranti debolezze strutturali del Paese, rappresentano gli elementi di maggior preoccupazione per l'economia dell'Emilia-Romagna. "

"In questo quadro di forte incertezza – conclude la Artoni – sono necessarie azioni a tutti i livelli per spingere sulla competitività delle imprese, particolarmente importanti in una fase congiunturale riflessiva: l'obiettivo è sostenere la dinamica degli investimenti, la competitività delle imprese e l'efficienza generale del sistema produttivo. Ci aspettiamo dal Governo regionale una intensificazione della già positiva azione su investimenti in ricerca e innovazione, internazionalizzazione, infrastrutture ed energia".

Le previsioni 2008: maggior cautela tra gli imprenditori pur in un clima positivo

Secondo l'indagine campionaria di Confindustria, le valutazioni delle imprese per l'anno in corso sembrano delineare una fase di assestamento dell'attività produttiva su ritmi ancora favorevoli, ma decisamente più contenuti rispetto al 2007. Le previsioni per il primo semestre del 2008 registrano, infatti, maggiore cautela fra gli imprenditori intervistati con riferimento a tutti i principali indicatori, a conferma del fatto che gli andamenti registrati per l'economia nazionale e per il contesto internazionale si ripercuotono sulle aspettative delle aziende regionali.

Il 39,2% degli imprenditori prevede un aumento dei livelli di produzione, il 49,2% stabilità, l'11,6% un decremento.

Riguardo agli andamenti della domanda, il 40,7% delle imprese si aspetta un aumento degli ordini totali e il 15,3% una diminuzione (rispetto

alle percentuali del 49,8% e 8,1% di inizio 2007). Simili le aspettative per gli ordini provenienti dall'estero. Le giacenze risultano stazionarie per quasi il 70% degli interpellati. In questo quadro, permangono segnali positivi per l'occupazione: il 22,2% degli imprenditori si attende un aumento.

Considerando gli andamenti previsionali con riferimento alla dimensione, le medie e grandi imprese sono più ottimiste su produzione (48,9% e 48,3%), ordini (50,4% e 45,9%) occupazione (26,6% e 25,8%).

Più cautela per le piccole imprese: il 32,3% prevede un aumento della produzione, il 34,6% degli ordinativi totali, il 29,7% degli ordini dall'estero. La metà circa si attende una situazione di stazionarietà. Poco meno di un quinto prevede un aumento dell'occupazione.

Analisi andamento mercato del credito

I dati Banca d'Italia evidenziano a dicembre 2007, a livello nazionale, una crescita annua degli impieghi del +10,1%, in decelerazione rispetto novembre (+10,6%) ed ottobre (+11,1%) del 2007.

La dinamica del quarto trimestre 2007 – seppur in lieve decelerazione – si è mantenuta vivace e pare non avere ancora risentito dell'indebolimento del ciclo congiunturale. Sul rallentamento della crescita degli impieghi influisce il comparto a breve, dove si registra a dicembre '07 un incremento del +7,5% (in riduzione rispetto al +13,1% di marzo '07 e al +9,3% di giugno 2007), mentre il ritmo del Medio Lungo Termine si mantiene elevato con un +11,4%.

In Emilia-Romagna (pur se i dati sono aggiornati a settembre '07 e, quindi in ritardo di un trimestre rispetto al nazionale), non vi sono segnali evidenti di rallentamento degli impieghi: a settembre '07 il tasso di crescita è stato +10,4% (sugli stessi livelli di marzo '07), ma in crescita rispetto a giugno (+10,1%), luglio (+9,9%) e agosto (+10,4%) '07.

La crescita dei prestiti alle imprese non finanziarie (+10,9%) è stata più marcata rispetto alle famiglie (+9,7%), mantenendo così un divario positivo (+1,2%). Negli ultimi cinque anni, l'espansione del credito alle famiglie era sempre stato superiore alle imprese. Sotto il profilo della durata,

continua l'espansione degli impieghi a Breve termine con una crescita a settembre '07 del +10,3%.

In lieve flessione la crescita del Medio Lungo Termine: a settembre '07 l'incremento degli impieghi si è ridotto al +10,8% rispetto al +11,8% di giugno '07 e +13,8% di dicembre '06. Per la dimensione, le aziende medio-grandi registrano un rallentamento nel credito a MLT, anche se la dinamica è ancora elevata con una crescita del +14% a settembre '07 (rispetto al +16,1% di giugno '07), mentre le aziende più piccole mantengono tassi di crescita modesti intorno al +4,4% e sono quelle che evidenziano le maggiori difficoltà nel ricorrere al credito.

Un segnale positivo proviene dal comparto a Breve, dove le imprese di medio grande dimensione, da dicembre '06 a settembre '07, hanno raddoppiato gli utilizzi (dal +6,8% al +12,1%). Tale aspetto evidenzierebbe che le aziende hanno iniziato a ricostituire le scorte e finanziare il circolante per sostenere il maggiore impulso della ripresa.

Riguardo alla struttura finanziaria: le imprese medio grandi in Emilia Romagna hanno fatto maggiore ricorso negli ultimi due anni al medio lungo termine per sostenere nuovi processi di sviluppo e nuovi investimenti con l'obiettivo di stabilizzare il debito.



CARISBO



SEGNALI DI FRENATA, MA L'EXPORT SPINGE ANCORA L'ECONOMIA

C'è divario tra imprese grandi e medie da una parte e le piccole, con maggiori difficoltà, dall'altra

Il quarto trimestre del 2007 si è chiuso positivamente, allungando la fase espansiva in atto dagli ultimi tre mesi del 2005.

La produzione è cresciuta tendenzialmente dell'1,7 per cento, in rallentamento rispetto al trend del 2,3 per cento riscontrato nei dodici mesi precedenti. In Italia è stata registrata una situazione analoga, ma caratterizzata da tassi di crescita più contenuti. L'aumento tendenziale è stato di appena lo 0,9 per cento, rispetto al trend dell'1,4 per cento dei dodici mesi prece-

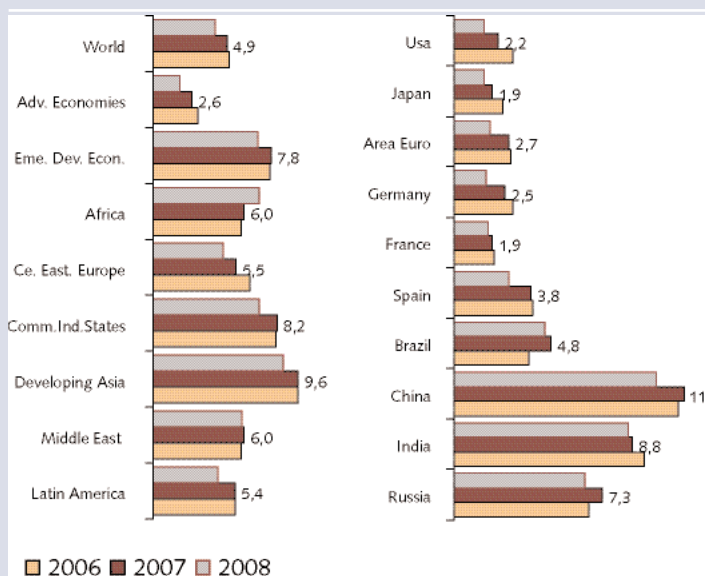
denti. E' da sottolineare che la crescita tendenziale degli ultimi tre mesi del 2007 è apparsa, in Emilia-Romagna, in leggera accelerazione rispetto all'incremento dei tre mesi precedenti (+1,4 per cento), contrariamente a quanto avvenuto in Italia, dove l'aumento è risultato lo stesso del trimestre precedente. Su base annua l'Emilia-Romagna ha registrato un incremento medio produttivo del 2,1 per cento, appena inferiore alla crescita del 2,3 per cento registrata nel 2006, che aveva interrotto tre anni caratterizzati da un andamento moderatamente recessivo, riassumibile in una diminuzione media dell'1,0 per cento. In Italia la crescita media annua delle piccole e medie imprese è stata inferiore a quella regionale (-1,2 per cento), ma anche in questo caso si è aggiunta all'aumento medio dell'1,5 per cento riscontrato nel 2006, anch'esso in contro tendenza rispetto al triennio precedente, segnato da una flessione media dell'1,6 per cento.

Dal punto di vista dell'evoluzione settoriale, si nota che l'aumento del quarto trimestre ha visto il concorso della grande maggioranza dei comparti, in un arco compreso tra il +0,1 per cento di "alimenti e bevande" e il +3,4 per cento del "trattamento metalli e minerali metalliferi". L'unica nota stonata è venuta dalle "altre industrie manifatturiere" (tra cui chimica e trasformazione dei minerali non metalliferi), che ha accusato

una diminuzione tendenziale dello 0,4 per cento, avvenuta dopo una fase espansiva durata ventuno mesi. Le industrie meccaniche, elettriche e dei mezzi di trasporto hanno dato un importante contributo alla crescita generale, con un aumento del 3,1 per cento, che si è avvicinato all'eccellente trend del 3,3 per cento. Il settore della moda è apparso in lieve crescita, dopo due trimestri segnati da flessioni. Rispetto al trend dei dodici mesi precedenti c'è stata una inversione di tendenza. Le industrie della moda non riescono tuttavia ad avviare una fase di crescita che sia continua, in una sorta di go and stop che sembra tradurre una situazione di mercato quanto meno incerta.

Un aspetto positivo dell'andamento congiunturale del quarto trimestre è stato rappresentato dal fatto che ogni dimensione aziendale è apparsa in crescita, sia pure con diversa intensità. La classe fino a nove dipendenti ha accresciuto la produzione dello 0,7 per cento, senza riuscire ad eguagliare il trend dell'1,3 per cento registrato nei dodici mesi precedenti. Un aumento dello stesso tenore ha riguardato le imprese da 10 a 49 dipendenti, e anch'esse sono apparse al di sotto della crescita media dei dodici mesi precedenti, attestata al 2,4 per cento. La grande dimensione da 50 a 500 dipendenti ha beneficiato di un incremento molto più significativo (+2,8 per cento), oltre che supe-

Quadro internazionale

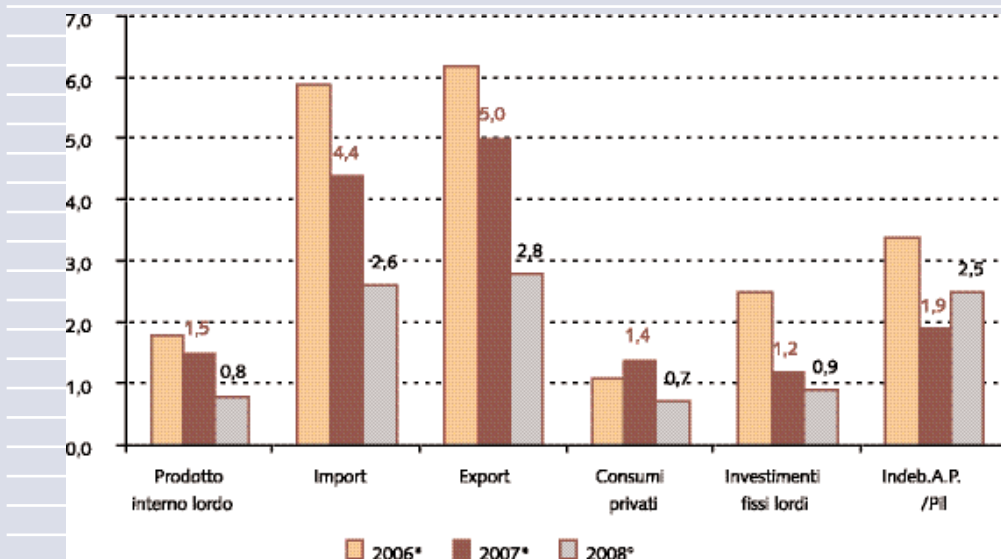


Fonte: Imf, World Economic Outlook Update, 01/2008

Fonte: European Commission, February 2008 Interim forecast*

Fonte: OECD, Economic Outlook, No. 82, December 2007

Scenario nazionale



* Istat, Conti economici nazionali

° Prometeia, Rapporto di previsione, aggiornamento 26 febbraio 2008

riore al trend dei dodici mesi precedenti. In Italia e nel Nord-est è emersa una situazione analoga. Su base annua la piccola impresa ha registrato un incremento dello 0,7 per cento, più contenuto rispetto all'evoluzione del 2006, pari all'1,1 per cento. Al di là della modestia dell'incremento del 2007, restano tuttavia due anni consecutivi di crescita, dopo un triennio, quale quello 2003-2005, segnato da una flessione media del 3,2 per cento. La media dimensione da 10 a 49 dipendenti è apparsa in aumento dell'1,8 per cento e anche in questo caso c'è stato un rallentamento rispetto all'evoluzione del 2006 (+2,5 per cento). Le imprese maggiori da 50 a 500 dipendenti hanno invece chiuso il 2007 con una crescita produttiva leggermente superiore a quella dell'anno precedente: +2,7 per cento contro +2,5 per cento. E' da sottolineare che la grande dimensione, contrariamente a quanto osservato nelle dimensioni minori, non ha vissuto nel triennio 2003-2005 alcuna situazione di sapore recessivo, riuscendo a crescere mediamente dello 0,9 per cento.

Il fatturato è aumentato tendenzialmente nel quarto trimestre dell'1,8 per cento, a fronte di un

trend attestato al 2,5 per cento. La crescita dell'Emilia-Romagna è risultata superiore a quella nazionale dell'1,0 per cento, ma inferiore all'incremento del 3,4 per cento riscontrato nel Nord-est. Al di là del rallentamento, l'incremento del fatturato è risultato superiore all'aumento dei prezzi praticati alla clientela, appena superiore all'1,0 per cento, sottintendendo una moderata crescita reale delle vendite. Come avvenuto per la produzione, l'evoluzione delle vendite è stata determinata dalla grande maggioranza dei settori, in un arco compreso tra il +0,6 per cento delle industrie alimentari e il +3,4 per cento di quelle meccaniche. Le industrie della moda sono aumentate dell'1,7 per cento, recuperando sulla diminuzione media dell'1,0 per cento rilevata nei dodici mesi precedenti. Per quanto riguarda la dimensione d'impresa, è emersa una situazione analoga a quella descritta precedentemente per la produzione, in quanto ogni classe dimensionale ha concorso alla crescita generale. Le imprese più piccole, fino a 9 dipendenti, hanno evidenziato un aumento dell'1,0 per cento, che si è distinto leggermente dalla crescita dello 0,8 per cento rilevata nei dodici mesi precedenti. La

situazione appare decisamente meno intonata se si rapporta la crescita del fatturato a quella dei prezzi praticati alla clientela sul mercato interno, che è quello al quale viene destinata gran parte delle vendite. In questo caso emerge una diminuzione reale attorno allo 0,5 per cento. Nella classe da 10 a 49 dipendenti l'incremento del fatturato è risultato di appena lo 0,4 per cento, in rallentamento rispetto al trend del 2,5 per cento. Anche in questo caso dobbiamo sottolineare una diminuzione reale delle vendite, in quanto i prezzi praticati alla clientela, sono aumentati mediamente dell'1,2 per cento. Le imprese da 50 a 500 dipendenti hanno registrato l'aumento più ampio (+3,1 per cento), in sostanziale sintonia con la crescita media dei dodici mesi precedenti (+3,2 per cento). In termini reali, ovvero al netto dell'incremento dovuto ai prezzi praticati alla clientela, c'è stata una crescita prossima al 2 per cento. Su base annua è stato registrato un incremento medio delle vendite del 2,2 per cento, che si è sommato alla crescita del 2,7 per cento rilevata nel 2006, dopo tre anni segnati da una diminuzione media dello 0,9 per cento.

La domanda è aumentata del 2,2

per cento, uguagliando nella sostanza il trend dei dodici mesi precedenti (+2,3 per cento). In Italia è stata registrata una situazione dai contorni più attenuati (+1,4 per cento), mentre nel Nord-est è stata rilevata un crescita un po' più sostenuta (+2,6 per cento). Quasi tutti i settori hanno concorso all'aumento generale, con la sola eccezione delle industrie del legno e mobile in legno, i cui ordinativi sono diminuiti tendenzialmente dello 0,8 per cento. Da sottolineare la crescita del 4,4 per cento evidenziata dalle industrie meccaniche, che si sono distinte dal già apprezzabile trend dei dodici mesi precedenti (+3,5 per cento). Negli altri settori gli incrementi sono stati compresi tra il +0,4 per cento delle "altre industrie manifatturiere" e il +2,5 per cento del trattamento metalli e minerali metalliferi.

In ambito dimensionale è emersa una situazione un po' sbilanciata. Le imprese fino a 9 addetti sono apparse in aumento di appena lo 0,7 per cento, al di sotto del trend dell'1,1 per cento dei dodici mesi precedenti. Nella media dimensione da 10 a 49 dipendenti la crescita è risultata più elevata (+1,4 per cento), ma anch'essa inferiore al trend del 2,5 per cento. Nelle imprese maggiori, da 50 a 500 dipendenti, è stato rilevato l'incremento più sostenuto (+3,3 per cento), che si è inoltre distinto positivamente dalla crescita media dei dodici mesi precedenti (+2,6 per cento).

Su base annua gli ordini sono cresciuti mediamente del 2,1 per cento, e anche in questo caso c'è stata una prosecuzione della tendenza positiva emersa nel 2006 (+2,5 per cento), dopo tre anni contraddistinti da una diminuzione media annua dell'1,1 per cento. In ambito settoriale, solo le industrie della moda hanno accusato una diminuzione, sia pure lieve (-0,5 per cento). Negli altri settori gli aumenti sono stati compresi tra il +0,3 del legno e mobili in legno e il +4,0 per cento della meccanica. Nell'ambito delle classi dimensionali, gli aumenti hanno

preso vigore proporzionalmente alla grandezza delle imprese, spaziando dal +0,5 delle piccole imprese al +2,7 per cento di quelle grandi da 50 a 500 dipendenti. In sintesi anche l'evoluzione degli ordini ha confermato la buona intonazione delle imprese maggiori rispetto alle altre, caratteristica questa della congiuntura del quarto trimestre del 2007.

Le imprese esportatrici sono risultate pari nel quarto trimestre al 21,8 per cento del totale, rispetto al 24,1 nazionale e 24,3 per cento nord-orientale. In ambito settoriale, la maggiore propensione all'export è stata nuovamente registrata nelle industrie meccaniche, con una quota del 42,1 per cento. Nelle classi dimensionali si conferma la scarsa propensione all'export delle imprese più piccole, rappresentata dalle quote del 13,7 e 31,4 per cento rilevate rispettivamente nelle dimensioni fino a 9 dipendenti e da 10 a 49 dipendenti, a fronte del 70,0 per cento delle imprese da 50 a 500 dipendenti. Nel Nord-est e nel Paese troviamo una gerarchia simile.

L'incidenza dell'export sul fatturato delle sole aziende esportatrici si è attestata in Emilia - Romagna al 38,3 per cento, vale a dire circa tre e otto punti percentuali in meno rispetto alla media nazionale e Nord-orientale. Siamo alla presen-

za di un andamento "anomalo", nel senso che in passato l'Emilia-Romagna aveva quasi sempre evidenziato percentuali di vendite all'estero superiori. Solo i trimestre successivi sapranno dire se si è trattato di un episodio oppure di una inversione di tendenza.

L'andamento delle esportazioni è stato caratterizzato nel quarto trimestre da un incremento in valore del 2,3 per cento, in rallentamento rispetto al trend dei dodici mesi precedenti pari al 3,6 per cento. In Italia e nel Nord-est sono state rilevate crescite più elevate, rispettivamente pari al 3,1 e 4,4 per cento. Ogni settore è apparso in crescita, con una menzione particolare per il dinamismo mostrato dalle industrie del legno e mobili in legno, il cui aumento del 4,2 per cento ha superato, sia pure leggermente, il già apprezzabile trend del 3,9 per cento. Per le industrie maggiormente orientate all'export, quali quelle meccaniche, è stato rilevato un incremento sostanzialmente buono come entità (+2,9 per cento), ma inferiore al robusto trend del 4,7 per cento riscontrato nei dodici mesi precedenti. Da segnalare la crescita del 2,0 per cento delle industrie della moda, dopo due trimestri stagnanti.

Sotto l'aspetto dimensionale, si conferma la buona intonazione

delle grandi imprese, le cui esportazioni sono cresciute in misura superiore rispetto a quanto registrato nelle altre dimensioni. Nella piccola impresa l'export è rimasto praticamente al palo (+0,1 per cento), denotando una brusca frenata rispetto al trend del 4,0 per cento emerso nei dodici mesi precedenti.

Su base annua le esportazioni sono aumentate del 3,5 per cento, uguagliando nella sostanza il risultato del 2006. I dati Istat relativi al 2006 hanno registrato anch'essi una tendenza espansiva. Le vendite all'estero dell'industria in senso stretto, pari a oltre 40 miliardi e mezzo di euro, sono infatti cresciute del 10,6 per cento rispetto all'anno precedente, accelerando rispetto all'incremento dell'8,2 per cento riscontrato nel 2005. La diversa intensità degli incrementi, molto più ampi nell'indagine Istat, può essere spiegata dal fatto che l'indagine camerale non considera le grandi imprese con più di 500 dipendenti, che sono quelle che concorrono maggiormente alla formazione dell'export.

Il periodo di produzione assicurato dal portafoglio ordini si è attestato poco oltre i tre mesi e mezzo, in linea con il trend dei dodici mesi precedenti. Su base annua sono stati sfiorati i quattro mesi, risultando in miglioramento alla situa-

zione dei quattro anni precedenti. In un contesto di crescita congiunturale, le ore autorizzate di Cassa integrazione guadagni relative agli interventi ordinari di matrice prevalentemente anticongiunturale sono risultate nel 2007 pari a 1.092.690, vale a dire il 43,3 per cento in meno rispetto al 2006, che, a sua volta, aveva mostrato una flessione del 37,1 per cento rispetto all'anno precedente. La quasi totalità dei settori di attività ha evidenziato cali. Quelli più consistenti, oltre la soglia del 50 per cento, sono stati riscontrati nelle industrie alimentari e meccaniche. L'unica eccezione, di entità comunque moderata, ha interessato le industrie dell'abbigliamento, vestiario, arredamento, le cui ore autorizzate sono aumentate dell'1,3 per cento.

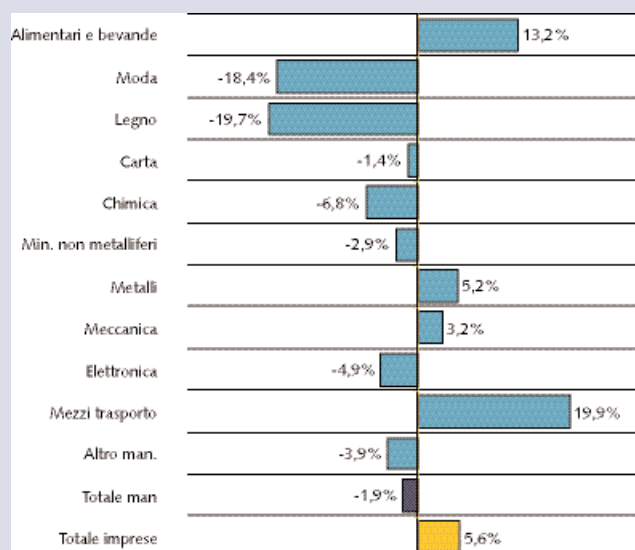
La Cassa integrazione guadagni straordinaria è concessa per fronteggiare gli stati di crisi aziendale, locale e settoriale oppure per provvedere a ristrutturazioni, riconversioni e riorganizzazioni. Nel 2007 le ore autorizzate dell'industria in senso stretto sono ammontate a 1.987.567, vale a dire il 4,5 per cento in più rispetto al 2006, che, a sua volta, aveva registrato una diminuzione del 4,1 per cento. Se analizziamo l'andamento dei vari settori di attività, possiamo vedere che il moderato aumento generale è stato il frutto di situazioni piuttosto differenziate. Le cospicue flessioni rilevate nelle industrie meccaniche e della trasformazione dei minerali non metalliferi sono state di fatto compensate dai forti aumenti palesati, soprattutto, dalle industrie della moda e della carta e poligrafiche. Per quanto concerne la movimentazione avvenuta nel Registro delle imprese, nel quarto trimestre del 2007 è emersa una situazione all'insegna del ridimensionamento. Il saldo fra iscrizioni e cancellazioni, comprese le cancellazioni di ufficio, è risultato negativo per 655 imprese, in peggioramento rispetto al passivo di 282 riscontrato nell'analogo periodo del 2006. Se non tenessimo conto delle cancellazioni d'ufficio, che

Le imprese attive nel 2007

Alimentari e bevande	9.348
Sistema moda	8.316
Legno	2.709
Carta, editoria	2.944
Chimica, gomma e plastica	1.798
Min. non metalliferi	1.944
Metalli	12.781
Meccanica	6.970
Elettricità-Elettronica	5.200
Mezzi trasporto	904
Altro manifatturiero	4.530
Totale manifatturiero	57.444
TOTALE IMPRESE	429.617

Fonte: Movimprese, Unioncamere

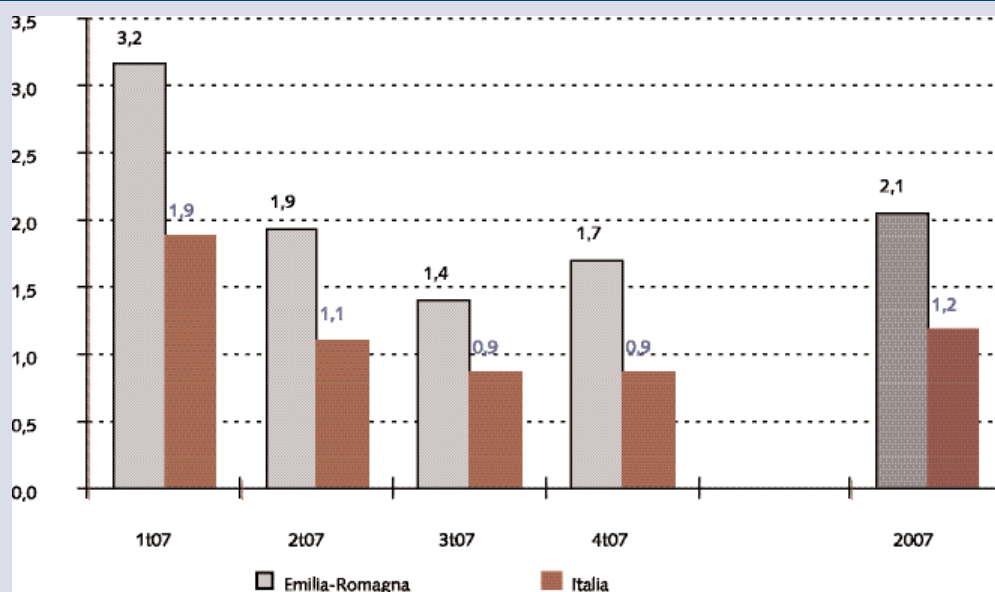
Variazione 2000-2007 del numero delle imprese attive manifatturiere



esulano dall'aspetto meramente congiunturale, il saldo negativo si ridurrebbe a 295 imprese, rispetto alle 277 degli ultimi tre mesi del 2006. Su base annua è emerso un passivo di 1.474 imprese, largamente superiore a quello di 779 imprese rilevato nel 2006. Senza le cancellazioni d'ufficio, il saldo si riduce a 1.052 imprese contro le 747 del 2006.

La consistenza delle imprese attive, pari a 57.864 unità, è apparsa in calo dello 0,8 per cento rispetto alla situazione di fine 2006. Sono nuovamente cresciute le società di capitale (+3,0 per cento), a parziale compensazione dei ridimensionamenti accusati dalle restanti forme giuridiche: società di persone (-3,5 per cento); ditte individuali (-1,1 per cento); altre società (-2,5 per cento).

Produzione manifatturiera



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

ARTIGIANATO MANIFATTURIERO

Nel quarto trimestre del 2007 non sono mancati i segnali negativi.

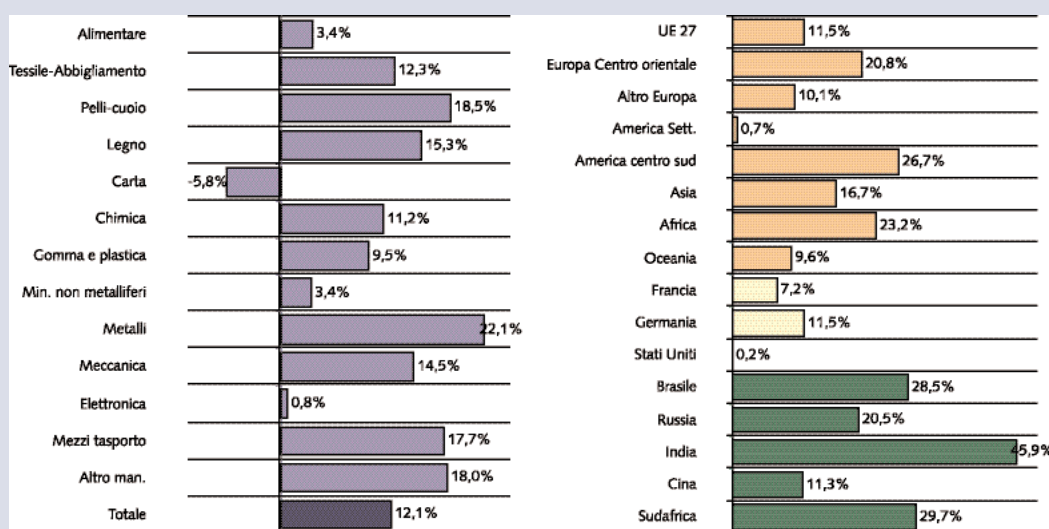
La produzione è rimasta praticamente invariata rispetto al quarto trimestre del 2006, (-0,1 per cento) in piena in sintonia con quanto avvenuto in Italia.

Su base annua è stata registrata una modesta crescita (+0,2 per cento), dopo l'aumento dell'1,7 per cento registrato nel 2006.

Le vendite hanno ricalcato il basso profilo della produzione, facendo registrare un incremento dello 0,5 per cento, che è coinciso sostanzialmente con la crescita dei prezzi praticati alla clientela. In Italia c'è stata una crescita delle vendite ugualmente modesta (+0,3 per cento), ma inferiore all'evoluzione dei prezzi praticati alla clientela, il cui aumento si è attestato attorno al 2 per cento.

Il bilancio annuale del fatturato è risultato deludente. In Emilia-Romagna è stata registrata una diminuzione dello 0,5 per cento, a fronte della crescita dell'1,7 per cento rilevata nel 2006. Il tono negativo delle vendite assume contorni ancora più accentuati, se si considera che i prezzi praticati alla clientela sono mediamente cresciuti dello 0,5 per cento. In

Esportazioni manifattura



Fonte: Istat, gennaio-settembre 2007 su stesso periodo 2006

pratica c'è stata una diminuzione reale attorno all'1,0 per cento.

Al basso profilo produttivo e commerciale non è stata estranea la domanda, che ha accusato una diminuzione dello 0,1 per cento, a fronte del trend moderatamente positivo riscontrato nei dodici mesi precedenti (+0,7 per cento). In Italia è stato registrato un andamento sostanzialmente simile

(+0,1 per cento), che si è tuttavia distinto dal trend negativo dello 0,8 per cento.

Su base annua non c'è stata in regione alcuna variazione degli ordini, mentre in Italia è stato registrato un decremento dell'1,0. Nel 2006 era emersa in Emilia-Romagna una situazione meglio intonata (+1,5 per cento).

Per quanto concerne l'export, le

poche imprese artigiane esportatrici - la percentuale è del 10,2 per cento, a fronte del 21,8 per cento dell'industria - hanno destinato all'estero nel quarto trimestre 2007 circa il 26 per cento delle loro vendite, in misura leggermente più sostenuta rispetto al valore nazionale (25,0 per cento). La ridotta percentuale di imprese artigiane esportatrici sul totale è un

fenomeno strutturale tipico delle piccole imprese, che ci troviamo a sottolineare ogni trimestre. Commercicare con l'estero comporta spesso oneri e problematiche che la grande maggioranza delle piccole imprese non riesce ad affrontare.

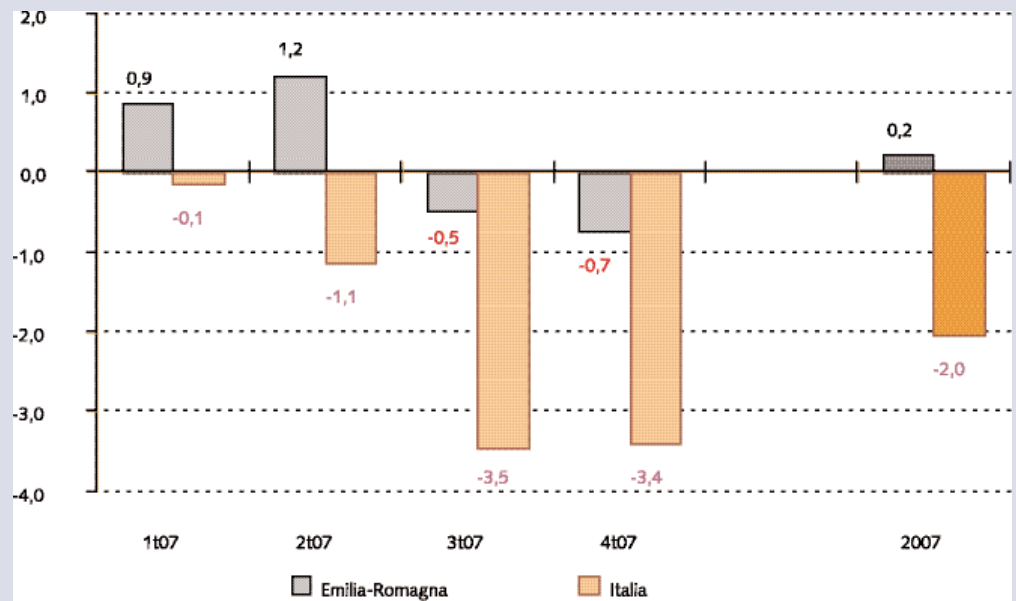
L'andamento delle esportazioni si è allineato alla situazione di basso profilo di produzione, vendite e ordini, con un aumento dello 0,6 per cento, che è apparso inferiore al trend del 2,7 per cento. Ben altre cadenze in Italia, il cui incremento si è attestato 2,9 per cento. La frenata del quarto trimestre ha raffreddato il bilancio annuale dell'export artigiano, determinando in regione una crescita media dell'1,2 per cento, inferiore a quella del 4,4 per cento rilevata nel 2006. I mesi di produzione assicurati dalla consistenza del portafoglio ordini sono risultati due e mezzo, in linea con il trend dei dodici mesi precedenti. Il dato regionale è risultato inferiore a quello nazionale attestato su poco più di tre mesi. Su base annua dobbiamo annotare un moderato peggioramento rispetto alla situazione del 2006, caratterizzata da valori superiori ai due mesi e mezzo.

INDUSTRIA DELLE COSTRUZIONI

Nel quarto trimestre del 2007 l'industria delle costruzioni dell'Emilia-Romagna ha accusato una diminuzione tendenziale del volume di affari dello 0,7 per cento, che si è distinta negativamente dal trend di moderata crescita dei dodici mesi precedenti (+1,0 per cento). In Italia è stata registrata una situazione ancora più dimessa, rappresentata da una flessione del 3,4 per cento.

Su base annua è stato registrato in regione un aumento decisamente contenuto (+0,2 per cento), che si è tuttavia aggiunto alla crescita dell'1,3 per cento rilevata nel 2006, dopo tre anni caratterizzati da una diminuzione media dell'1,0 per cento. In Italia è stato invece rilevato un calo medio del 2,0 per cento, che ha amplificato

Costruzioni: Volume d'affari



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

la diminuzione dello 0,8 per cento registrata nel 2006.

La scarsa intonazione del volume d'affari riscontrata in Emilia-Romagna nel quarto trimestre del 2007 è stata determinata dalle classi dimensionali estreme. Quella da 1 a 9 dipendenti ha accusato una diminuzione dell'1,4 per cento, che nella dimensione da 50 a 500 dipendenti è salita all'1,7 per cento. A crescere sono state le imprese comprese nella fascia intermedia da 10 a 49 dipendenti, il cui incremento dell'1,2 per cento è tuttavia apparso inferiore al trend dell'1,6 per cento. Se analizziamo l'evoluzione media annuale delle varie classi dimensionali, emerge una situazione non omogenea. Alla diminuzione dello 0,3 per cento delle piccole imprese da 1 a 9 dipendenti, si sono contrapposti gli incrementi delle altre classi: +1,1 per cento la media; +0,8 per cento quella grande. Le difficoltà sono apparse più evidenti nelle piccole imprese, che in Emilia-Romagna sono caratterizzate dalla forte presenza di artigiani, ovvero tra coloro che sono tra i maggiori protagonisti del decentramento produttivo delle grandi imprese.

In termini produttivi è stata registrata una situazione che ha ricalcato lo scarso dinamismo del volume d'affari. La percentuale di imprese che ha accusato diminuzioni ha largamente superato la quota di imprese che ha invece dichiarato aumenti, in contro tendenza con quanto rilevato nel quarto trimestre 2006. Le prospettive a breve termine non sono apparse buone. Secondo le previsioni degli operatori, nel primo trimestre 2008 il volume di affari dovrebbe diminuire rispetto ai livelli del quarto trimestre 2007. Un andamento di segno contrario era invece emerso nell'analogo periodo del 2006. Il peggioramento del clima è da imputare alle imprese minori. Nella classe da 50 a 500 dipendenti ha invece prevalso l'ottimismo, ma in misura più contenuta rispetto a quanto emerso nel quarto trimestre 2006.

COMMERCIO AL DETTAGLIO

Nel quarto trimestre del 2007 gli esercizi commerciali al dettaglio dell'Emilia-Romagna hanno registrato un aumento tendenziale delle vendite decisamente modesto, ma che tuttavia ha protratto la

fase virtuosa in atto dalla fine del 2005.

La debolezza della crescita, pari ad appena lo 0,2 per cento, appare in tutta la sua evidenza se viene rapportata all'inflazione tendenziale, attestata al 2,6 per cento, e al trend dei dodici mesi precedenti pari a +1,6 per cento. Nella circoscrizione Nord-orientale è stato rilevato un incremento più ampio (+2,0 per cento), mentre in Italia c'è stato un decremento dello 0,3 per cento, in sostanziale linea con l'andamento medio dei dodici mesi precedenti. Il sensibile rallentamento delle vendite dell'Emilia-Romagna è avvenuto in un contesto di deterioramento del clima di fiducia dei consumatori, evidenziato nel quarto trimestre 2007 dall'outlook sui consumi Censis-Confindustria. Alla base di questa situazione, come segnalato dalla ricerca, c'è in primo luogo l'aumento delle spese incompressibili quali utenze, affitti, carburante e trasporti, oltre alla perdita di potere di acquisto dei salari di un consistente numero di famiglie. Il basso profilo delle vendite è stato nuovamente determinato dalla scarsa intonazione delle imprese di più piccola dimensione.

Quelle da 1 a 9 dipendenti hanno accusato in Emilia-Romagna una diminuzione tendenziale del 2,6 per cento, molto più intensa del trend negativo dei dodici mesi precedenti (-1,6 per cento). Note di uguale tenore per la media distribuzione, che ha registrato un calo dell'1,3 per cento, anch'esso più elevato del trend dei dodici mesi precedenti (-0,8 per cento). Il moderato incremento complessivo delle vendite è stato pertanto sostenuto nuovamente dalla grande distribuzione, (+3,1 per cento), ma in misura più contenuta rispetto all'andamento medio dei dodici mesi precedenti (+4,9 per cento). Tra i settori di attività si segnala, coerentemente con quanto visto in merito alla grande distribuzione, il buon andamento di ipermercati, supermercati e grandi magazzini, le cui vendite sono tendenzialmente cresciute del 3,9 per cento rispetto al quarto trimestre del 2006. Nell'ambito dei settori di attività specializzati la situazione cambia radicalmente. Quello alimentare ha accusato una flessione dell'1,1 per cento, che si è distinta significativamente dal trend moderatamente negativo dei dodici mesi precedenti (-0,1 per cento). Un analogo andamento ha riguardato il settore dei prodotti non alimentari, le cui vendite sono scese tendenzialmente dell'1,2 per cento, rispetto al trend prossimo allo zero. Questo risultato ha riflesso la scarsa intonazione dei prodotti della moda e di quelli diversi dai prodotti per la casa ed elettrodomestici. Per quanto concerne la localizzazione dei punti di vendita, la diminuzione tendenziale più accentuata ha interessato le imprese ubicate nei comuni diversi da quelli a vocazione turistica (-2,2 per cento), accentuando la connotazione negativa emersa nei dodici mesi precedenti. Nei comuni turistici c'è stata una diminuzione pressoché uguale (-2,1 per cento) e anche in questo caso dobbiamo sottolineare il peggioramento nei confronti del trend attestato a -1,1 per cento. Un andamento più intonato (+1,9 per cento) ha riguardato le imprese

plurilocalizzate, in gran parte caratterizzate dalla grande distribuzione, ma con una intensità molto più contenuta rispetto al trend del 3,6 per cento.

Il bilancio annuale delle vendite è stato caratterizzato da una crescita monetaria dell'1,4 per cento, a fronte di un'inflazione media salita dell'1,7 per cento. Nel 2006 era stata registrata la stessa forbice, mentre nei due anni precedenti c'erano state differenze ancora più accentuate comprese tra 1,5 e 2 punti percentuali. La crescita annuale del 4,8 per cento della grande distribuzione, la stessa rilevata nel 2006, è stata raffreddata dalle diminuzioni dell'1,7 e 1,1 per cento rilevate rispettivamente nella piccola e media distribuzione. Nell'ambito dei settori di attività, i prodotti alimentari sono diminuiti dello 0,4 per cento, mentre quelli non alimentari sono scesi dello 0,2 per cento, scontando soprattutto il basso profilo dei prodotti diversi da quelli della moda e per la casa ed elettrodomestici. Il migliore andamento annuale è stato evidenziato da

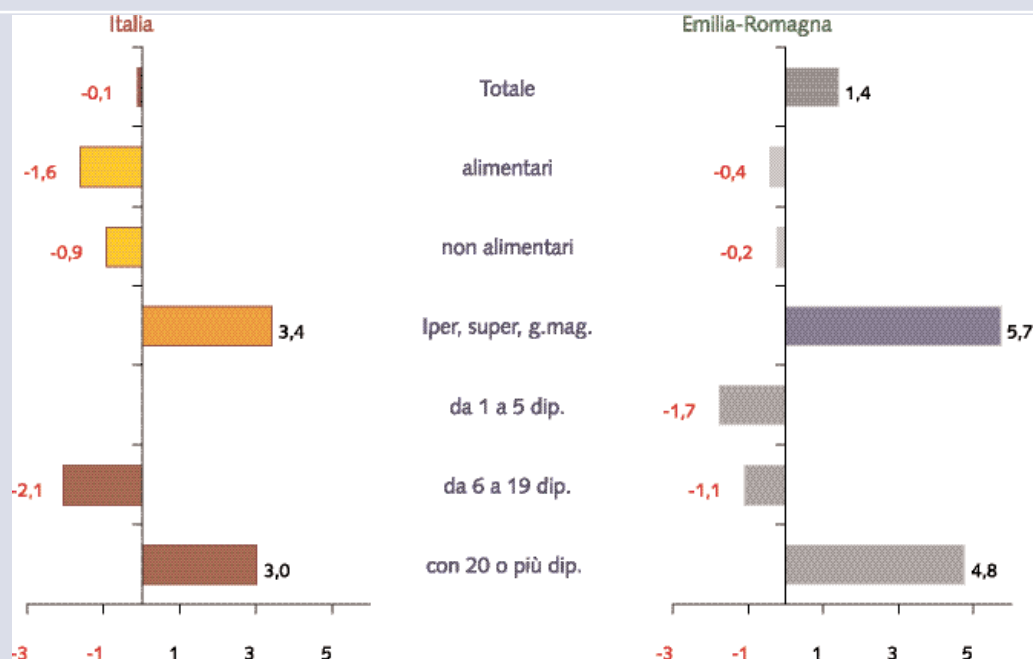
ipermercati, supermercati e grandi magazzini, la cui crescita del 5,7 per cento è risultata più elevata di quella media del triennio 2004-2006, pari al 4,8 per cento.

La consistenza delle giacenze a fine 2007 è risultata in leggero appesantimento. L'area di chi le ha giudicate adeguate è apparsa in diminuzione di due punti percentuali, mentre è cresciuta negli stessi termini la percentuale di chi le ha giudicate in aumento. Questo andamento è apparso più evidente nella piccola distribuzione, la cui quota di esuberi è salita di sei punti percentuali. Nella media distribuzione la percentuale di esuberi è rimasta sugli stessi livelli, relativamente elevati, di fine 2006 (12 per cento del totale), mentre in quella grande la quasi totalità degli esercizi le ha giudicate adeguate. In sintesi, dove le vendite hanno marciato più spedite, come nel caso della grande distribuzione, i livelli di magazzino sono apparsi prevalentemente normali. Dove si è segnato il passo, c'è stato invece qualche contraccolpo.

Sul fronte delle vendite previste nei primi tre mesi del 2008 rispetto al quarto trimestre 2007, la quota di "ottimisti" ha superato quella dei "pessimisti", in misura superiore a quanto rilevato nell'analogo periodo del 2006. Questo andamento, che può in parte risentire dei saldi di stagione, è stato determinato dalla sola grande distribuzione, a fronte dei giudizi prevalentemente negativi espressi dai piccoli e medi esercizi al dettaglio. In ambito settoriale emerge soprattutto il diffuso pessimismo dei venditori specializzati di prodotti alimentari, assieme a quelli diversi dalla moda e dai prodotti per la casa ed elettrodomestici.

Per quanto concerne le previsioni a breve termine relative agli ordinativi rivolti ai fornitori, quelle improntate all'aumento hanno superato quelle orientate alla diminuzione. Anche in questo caso è stata la grande distribuzione a manifestare il clima migliore, rispetto alle previsioni prevalentemente negative espresse dagli esercizi della piccola e media distribuzione.

Commercio: vendite settori e dimensione



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

Pubb

In regione si concentrano 83 imprese del settore, seconda piazza a livello nazionale

Lungo la via Emilia la nuova "toys valley"

Una "toys valley" che va da Piacenza a Rimini: l'Emilia-Romagna sta gradualmente guadagnando posizione tra le regioni italiane in testa per numero di aziende che producono giocattoli. Secondo l'ultima indagine del centro studi di Confartigianato nazionale, in Emilia-Romagna si concentra il secondo polo produttivo nazionale per numero di imprese artigiane e non (83), in una classifica che vede in testa la Lombardia (183 aziende), il Veneto in terza posizione (74) seguito da Piemonte (73) e Toscana (54).

Molto agguerrito
in difesa
del made in Italy,
il comparto sfida
i colossi mondiali

Un settore molto frammentato, anche a causa della grande varietà delle specializzazioni produttive, dai semplici peluche ai parchi giochi gonfiabili e aree divertimenti, dalle automobili elettrocomandate ai giochi pedagogici ed educativi per clienti scolastici. Ma sta di fatto che il comparto si presenta molto agguerrito nella difesa della propria competitività, sfidando i colossi mondiali del settore (da Mattel a Hasbro), per non parlare della concorrenza a basso costo che arriva dalla Cina: "Il nostro settore - spie-

ga Michele Cavazzi, direttore commerciale della bolognese Biemme - è senz'altro uno di quelli che ha risentito maggiormente della caduta dei vincoli commerciali alle importazioni dalla Cina, sbarcata sul mercato italiano con migliaia di prodotti. I produttori di quel Paese, infatti, possono contare su un parco di stampi plastici molto più ampio delle aziende italiane, anche a causa dei volumi della domanda che devono soddisfare in tutto il mondo".

Fondata quasi 63 anni fa da Enea Montelli, la cui famiglia detiene ancora la proprietà del capitale aziendale, la Biemme è senza dubbio una delle aziende leader a livello nazionale, tra le pochissime rimaste a produrre la maggior parte del proprio catalogo di giocattoli nei suoi stabilimenti. Leader italiano per i veicoli giocattolo elettrici e in materiale plastico, l'azienda ha registrato l'anno scorso un aumento del 15-20% delle vendite, mettendo a segno un più 9% già nei primi mesi di quest'anno, "risultati tornati finalmente positivi dopo alcuni anni abbastanza grigi", commenta Cavazzi. Con un'ottantina di dipendenti nella sede di San Donato alle porte del capoluogo regionale, Biemme è stata una delle prime aziende italiane a produrre macchine a pedali in plastica:

"Come la Ferrari 3000 che lanciammo negli anni Sessanta - ricorda Cavazzi - grazie a un accordo personale tra Enea Montelli ed Enzo Ferrari, fondatore della casa di Maranello". Da allora in poi, il giro d'affari dell'azienda emiliana è salito fino a quota 13 milioni di euro, grazie anche all'apertura negli anni Novanta di tre stabilimenti in Sudamerica (Argentina, Messico, Brasile), che hanno visto aumentare a oltre il migliaio il numero di dipendenti totali.

Ma come è stato possibile tenere alta la sfida a fronte di una concorrenza sempre più agguerrita? "Prima di tutto abbiamo sempre investito nella qualità, grazie anche a una linea di stampaggio plastico con la quale copriamo il 75% del catalogo - prosegue il direttore commerciale di Biemme - cui si sono aggiunte anche le positive sinergie con gli impianti sudamericani. Da qualche anno poi ci siamo aperti anche al settore del trade, importando da produttori di altri Paesi esteri tutti quegli articoli necessari a implementare la nostra gamma in modo competitivo. Ci siamo in parte convertiti da produttori a importatori di giocattoli". Vinta la sfida con la concorrenza internazionale, Biemme attualmente realizza all'estero circa il 30% del proprio fatturato, esportando soprattutto verso mercati dell'Est europeo fino alla Russia. "Tuttavia le nostre esportazioni - conclude Cavazzi - sono penalizzate dal fatto che i nostri prodotti sono abbastanza voluminosi, una caratteristica che aumenta di molto il costo del loro trasporto".

Se per il "big" bolognese la congiuntura comincia a dare soddisfazioni, la situazione sembra più difficile per il comparto regionale nel suo complesso, come ha spiegato Marco Granelli, presidente di Confartigia-



nato Apl di Parma, in una recente intervista: "La qualità dei nostri prodotti è elevata e per mantenerla tale i costi di produzione sono sicuramente superiori rispetto a quelli dei Paesi asiatici. Che siano cinesi oppure italiani, il consiglio è di fare attenzione alla sicurezza dei prodotti acquistati e naturalmente di essere

prudenti prima di scegliere oggetti venduti a basso costo, di controllare sempre le etichette che devono indicare la provenienza e la composizione del prodotto, le istruzioni per l'uso, la conformità alle norme europee di sicurezza". Un'attenzione che in primis riguarda le forze dell'ordine, che in Emilia-

Romagna negli ultimi mesi hanno lanciato varie operazioni per contrastare l'importazione illegale o la contraffazione di giocattoli. Il nodo logistico di Piacenza, per esempio, è uno dei principali canali di importazione di giocattoli dall'Estremo oriente: l'Agenzia doganale piacentina ha calcolato che nel solo 2007 sono transitati giocattoli per un valore di oltre 44 milioni di euro con 1.862 operazioni di sdoganamento effettuate. In questo totale, sono state sequestrate a fine febbraio oltre 4mila bambole contraffatte, un quantitativo che si somma al maxi-sequestro di 367mila giocattoli privi delle norme di sicurezza effettuato recentemente dalla Guardia di finanza bolognese, e ai 25mila sequestrati a Rimini nell'operazione "Codice a barre" della locale Polizia municipale. Grandi numeri, che fanno dell'Emilia-Romagna dunque un canale privilegiato anche per il commercio illegale di settore, oltre che regione leader per le produzioni di qualità ■

L'EVENTO



Grande successo per la XXII edizione del Giosun di Rimini

Una vetrina internazionale per i professionisti del giocattolo

L'Emilia-Romagna si sta affermando sempre di più come una delle regioni leader per la produzione di giocattoli. Lo conferma anche il successo di una della manifestazioni fieristiche di settore più importanti a livello europeo: Giosun, il salone internazionale del giocattolo e dei giochi all'aria aperta, la cui ventiduesima edizione si è chiusa il 7 ottobre scorso al quartiere fieristico di Rimini. "Seppur contraddistinto da una caratterizzazione merceologica, più o meno marcata a seconda degli anni, di giochi e giocattoli rispetto a prodotti specificatamente outdoor - spiega Sergio Rossi, direttore generale di Fiere e comunicazioni, la società ideatrice della rassegna romagnola - Giosun costituisce un appuntamento unico per gli operatori del settore, in particolare per i buyer della grande distribuzione".

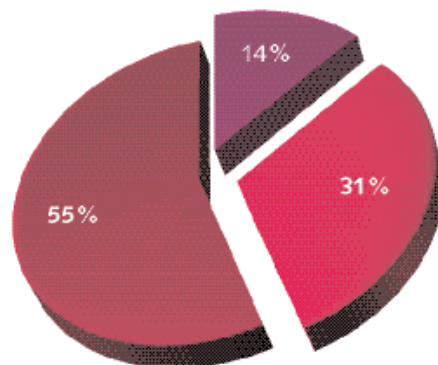
L'edizione 2007 della manifestazione ha aperto i battenti esclusivamente per gli operatori del settore, e ha visto la presenza di una ventina di

espositori professionali su una superficie di 6.500 metri quadrati. La maggior parte delle aziende espositrici (83%) è di provenienza nazionale, mentre il restante 17% è arrivato dall'estero. Tra questi ultimi hanno partecipato a Giosun, in quote pressoché uguali del 33%, aziende di Francia, Inghilterra e Germania. La manifestazione riminese è stata anche un'occasione per scoprire le nuove tendenze evolutive della domanda di giocattoli, sia in Italia che a livello globale. Anche per questo, la ventiduesima edizione della rassegna fieristica si è presentata a espositori e visitatori con un nuovo look, basato su un ampliamento merceologico delle produzioni esposte. Infatti, come hanno spiegato gli organizzatori di Giosun, "il settore ha confini commerciali sempre meno delineati, come riflesso di uno stile di vita da trascorrere open air, e che 'gioca' sulla continuità spaziale e temporale del dentro e fuori casa" ■



Mercato italiano del giocattolo

● addobbi ● prima infanzia ● giocattoli



Pubb

Approvato dalla commissione Lavoro il testo unico per il riordino del settore

Società della conoscenza

Le risorse e le regole

di Natascia Ronchetti

Massima semplificazione e maggiore trasparenza. Per offrire alle agenzie formative un chiaro quadro normativo, alleggerito dalla burocrazia, e per garantire ulteriormente gli utenti finali, assicurando un sistema di controllo dietro a ogni attività. Con le disposizioni attuative del testo unico sulla formazione professionale, approvate dalla commissione Lavoro dell'Assemblea legislativa, la Regione Emilia-Romagna recepisce la nuova programmazione comunitaria e costruisce un impianto nuovo dell'insieme degli atti e delle procedure che normano il finanziamento e le autorizzazioni degli interventi di formazione. Obiettivo: semplificare, facendola confluire in un unico testo, tutta la disciplina regionale esistente per accedere ai finanziamenti del Fondo sociale europeo e alle risorse previste dalle leggi nazionali e regionali sulla formazione, ma anche per ottenere il riconoscimento delle attività. "Con questo provvedimento - spiega l'assessore regionale al Lavoro e alla Formazione professionale Paola Manzini - la Regione e le Province hanno condiviso l'obiettivo di fornire un quadro comune al sistema regionale e provinciale della formazione per favorire la standardizzazione e la semplificazione di procedure condivise con il sistema e i soggetti attuatori". Il tutto, prosegue Manzini, come "esito di un processo di concertazione con le parti sociali avvenuto a livello regionale".

Un modo per neutralizzare in parte anche la drastica riduzione delle risorse del Fondo sociale europeo assegnate all'Emilia-Romagna per la programmazione del periodo 2007-2013 (806 milioni di euro, con una contrazione del 40%) che inevitabilmente portano anche a un ridimensionamento della quantità degli interventi di formazione. Con

procedure più snelle l'attenzione sarà infatti interamente focalizzata sulla qualità delle attività, sulla loro aderenza ai fabbisogni espressi dal territorio e sulla rapidità dei tempi di risposta alle esigenze che arrivano dal mercato lavoro. Questo a fronte anche di una riorganizzazione del sistema regionale della formazione, interessato da ristrutturazioni e accorpamenti che stanno sfolmando il numero delle agenzie. A beneficiare direttamente di questo nuovo impianto normativo, come rileva Francesca Bergamini, dirigente del servizio regionale Programmazione e valutazione delle attività formative, "sarà l'utente, che avrà la garanzia di un sistema di controllo dietro ogni singolo intervento di formazione. Lo snodo fondamentale è costituito dall'assicurazione della massima trasparenza, grazie alla definizione di un sistema di regole condivise che normano i comporta-

menti della Pubblica amministrazione e dei soggetti che attuano la formazione".

Il nuovo sistema di regole, accolto positivamente dalle agenzie di formazione, sarà applicato alla programmazione regionale e provinciale e ai progetti comunitari nazionali o interregionali che prevedono un'approvazione regionale. Ma anche ai progetti solo autorizzati e non finanziati. Una ulteriore novità, quest'ultima. Infatti, anche per la sola autorizzazione delle attività varrà la disciplina prevista per gli interventi che accedono ai finanziamenti. Questo per uniformare le regole offrendo a tutti gli enti che operano sul territorio un unico quadro normativo (dai bandi ai criteri di valutazione per arrivare all'attuazione degli interventi) di

Obbligatorio per poter accedere ai finanziamenti un rigoroso rispetto della normativa



tutte le procedure che disciplinano un'attività di formazione.

Ma cosa prevedono nel dettaglio le nuove disposizioni? Il testo – che potrà essere integrato o modificato da specifici atti in caso di interventi a carattere sperimentale – norma sia le modalità di finanziamento sia le procedure di attuazione degli interventi: si va dai requisiti di accesso e selezione dei partecipanti alla durata dei corsi e alla frequenza, per arrivare alle norme finanziarie che riguardano per esempio la rendicontazione dei

costi e le spese ammissibili. Ma disciplina anche il sistema di formalizzazione e certificazione delle competenze, degli standard delle tipologie di azione, dell'accreditamento e dell'autorizzazione oltre che dell'insieme regionale delle qualifiche, così come gli adempimenti relativi all'informazione e alla pubblicità e la struttura di regolamentazione degli aiuti di Stato. Le nuove disposizioni arrivano a pochi mesi di distanza dal via libera della Giunta al primo biennio di programmazione del Fondo sociale europeo (per 44 milioni di euro, a cui se ne aggiungono 2.650 di risorse nazionali sulla base della legge 236 del '93) e all'approvazione del Piano delle attività regionali del 2008, con la delibera del bando che invita a presentare progetti per le attività (con risorse per 10,2 milioni). "L'obiettivo – dice ancora Manzini – è quello di qualificare la società della conoscenza, accrescere la qualità delle condizioni e delle prestazioni di lavoro e contribuire all'innovazione e alla crescita sostenibile del nostro sistema economico-produttivo, anche attraverso la creazione di reti tra università, centri di ricerca e mondo produttivo". Il bando – i progetti sono in

corso di valutazione – prevede azioni di formazione alta e specialistica per sostenere le imprese interessate da trasformazioni organizzative con particolare attenzione ai bisogni formativi delle figure imprenditoriali e manageriali nelle piccole e piccolissime imprese, anche non profit, valorizzando logiche di relazione, di filiera e di rete.

Tra le azioni sperimentali è stata individuata l'attivazione di piani formativi settoriali o territoriali per raggiungere gli obiettivi di qualificazione della formazione per l'adattabilità dei lavoratori e delle imprese. Ci sono poi interventi mirati per rispondere con percorsi integrati a situazioni di crisi nel contesto di ristrutturazioni aziendali o settoriali, di mobilità o cassa integrazione, e per sostenere il reinserimento qualificato di lavoratori. Percorsi individuali e personalizzati sono previsti infine per giovani e donne: per i primi, per favorire un precoce inserimento lavorativo ■



GLI OBIETTIVI

Dalle imprese innovative ai professionisti dello spettacolo "live" **Coltivare nuovi talenti**

Oltre 18 milioni di euro per realizzare corsi di perfezionamento e specializzazione destinati agli operatori dello spettacolo dal vivo e per selezionare un soggetto intermediario in grado di realizzare interventi destinati a giovani e adulti che vogliono sviluppare progetti nell'ambito della ricerca e dell'innovazione. Con gli ultimi due bandi sulla formazione, la Regione promuove il sistema culturale regionale e lo sviluppo di nuove imprese innovative.

Ammontano a 1,2 milioni di euro le risorse assegnate al bando, scaduto il 13 febbraio scorso, per la realizzazione di percorsi di alta formazione nello spettacolo dal vivo, per specializzare professionisti del settore (tecnici esclusi) e agevolarne il percorso di crescita con assegni formativi di 11mila euro. Supera i 17 milioni di euro invece il finanziamento messo in campo per selezionare il soggetto cui affidare, attraverso lo strumento della sovvenzione globale, un pacchetto di interventi per la qualificazione delle risorse umane nella ricerca e nel-

l'innovazione tecnologica. In questo caso è prevista l'attivazione di borse di ricerca e tirocini per partecipare a progetti di ricerca applicata, di trasferimento tecnologico, di ricerca e sviluppo precompetitivo e di innovazione, in collaborazione con imprese o enti. Obiettivo: progettare e sviluppare nuove imprese innovative.

Sono previste inoltre attività di alta formazione specialistica, anche attraverso voucher formativi e servizi di assistenza e tutoraggio, oltre al monitoraggio e alla diffusione delle azioni. Per sostenere l'inserimento delle donne in settori a forte contenuto tecnologico e di innovazione e per promuovere esperienze di mobilità internazionale, la Regione punta su un'azione pilota comprendente assegni, voucher, tirocini e servizi anche formativi. Destinatari degli interventi residenti o domiciliati in regione che – anche indipendentemente dal titolo di studio – abbiano maturato competenze coerenti con gli obiettivi previsti dagli interventi ■

Pubb

Fondo sociale europeo e Regione Emilia-Romagna: tre anni di progetto Equal

Vita o carriera? Mai più costretti a scegliere

Conciliare i tempi della vita privata e di quella lavorativa, non solo per il benessere dei dipendenti ma anche per aumentare e migliorare la produttività dell'impresa. È nato con questo obiettivo il progetto comunitario Equal, "Una questione privata - Non tenere al proprio tempo è un

problema di spazio", finanziato dal Fondo sociale europeo e dalla Regione Emilia-Romagna con il coinvolgimento delle Province di Piacenza, Parma e Modena, dell'università di Modena e Reggio Emilia, del Centro documentazione donna di Modena, degli enti di

formazione Cesvip Emilia-Romagna, CNI Ecipar, Iride Formazione e del Centro di Iniziativa Europea di Milano. Alla base la consapevolezza che la necessità di coordinare lavoro e famiglia finisce spesso con il risultato discriminante per i lavoratori e particolarmente per le donne, princi-

pali responsabili della cura domestica e spesso impossibilitate a dedicare al lavoro la stessa quantità di tempo dei colleghi uomini, quando non costrette a scegliere radicalmente tra l'una o l'altra cosa.

Quindici aziende del territorio emiliano molto diverse per dimensioni e settori di appartenenza - dalla grande distribuzione all'industria, passando per i servizi - a partire dal 2005 hanno quindi acconsentito a realizzare analisi organizzative al loro interno per poi adottare misure di conciliazione per i propri dipendenti. Si è trattato di un processo lungo e non indolore, specialmente all'inizio, quando il compito di analizzare il modello organizzativo aziendale per proporre interventi è toccato al Centro di analisi delle politiche pubbliche dell'università attraverso focus group specifici e incontri con il management. Obiettivo: "Spiegare alle imprese che chi sta meglio lavora meglio - come riassume efficacemente Francesca Malagoli di Cesvip Emilia-Romagna, capofila del progetto - ma anche proporre modelli di conciliazione sostenibili, che si attagliassero alle possibilità dell'azienda e che potessero essere facilmente replicati in altri contesti".

I risultati non hanno tardato a farsi vedere: nei tre anni della sperimentazione le imprese aderenti hanno erogato a 125 dipendenti sempre più a corto di tempo libero circa 114mila euro di servizi, tra cui 85 voucher per l'assistenza di bambini o anziani, 20 scambi all'interno della "banca del tempo" e altrettanti servizi "libera tempo", come il pagamento delle bollette o la stiratura della biancheria. In pratica, per esempio nel caso di riunioni o impegni imprevisti e importanti, le aziende si sono organizzate per fornire ai lavoratori che ne avevano

necessità servizi di babysitteraggio o assistenza, non attraverso la semplice offerta di denaro ma provvedendo concretamente a selezionare personale qualificato e destinandolo ai servizi di cura. Oppure, quando subissati dalle commissioni da svolgere, i dipendenti hanno potuto usufruire di qualcuno che svolgesse per loro alcune mansioni domestiche chiave, per esempio andare a pagare le bollette, stirare la biancheria o pulire la casa. Non solo: all'interno delle 15 aziende è stato anche istituita la "Banca del Tempo", un sistema solidaristico che si basa sul reciproco scambio di piccoli piaceri (in termini non economici, ma di tempo e competenze): dalla cura dei figli all'aiuto nel preparare torte in caso di compleanni o avvenimenti particolari. Tutti i dipendenti, poi, hanno potuto beneficiare dell'inserimento di misure di conciliazione al momento del rinnovo del contratto aziendale, grazie a consulenza specifica e di un apposito portale intranet dedicato alle tematiche della conciliazione: suggerimenti e strumenti per riuscire a fare tutto, e farlo bene.

Dipendenti più sereni, quindi, ma anche aziende più soddisfatte: grazie ai servizi offerti, infatti, si sono ridotti i fenomeni di assenteismo e il turn-over, ed è sensibilmente migliorata l'immagine aziendale. "La conciliazione dei tempi di lavoro e familiari significa concentrarsi non sui problemi delle donne, ma in generale sulla qualità di vita delle persone e di produttività di impresa", ha riassunto Malagoli. Tanto che, esaurita la sperimentazione finanziata dal Fondo sociale europeo e dalla Regione, molte imprese si sono convinte di poter continuare su questa strada e stanno valutando convenzioni con cooperative specializzate in questi servizi ■

Coinvolte 15 aziende
nella sperimentazione
Erogati 114mila euro
sotto forma di servizi
"libera tempo"



Prototipi garantiti grazie all'e-Fem

Pensata per le Pmi, è la soluzione escogitata da un gruppo di professionisti parmensi

di Alberto Nico

Uno studio di progettazione virtuale, dove abbattere i costi e i tempi grazie a un sistema aperto di "collaborative design". Questi i principali vantaggi di un nuovo servizio – messo a punto per le Pmi da un gruppo di professionisti parmensi – che si basa sulla tecnologia del

Collaudo digitale in poche ore, massima precisione, non più necessari costosi software

calcolo strutturale agli elementi finiti (Fem). Niente di particolarmente ostico, nonostante la terminologia, per chi in azienda è abituato a progettare, ma che spesso non può permettersi l'acquisto di costosi software e relativo training per

poterli utilizzare. Un'intuizione innovativa che è stata premiata a fine febbraio dal concorso nazionale "Giovani idee cambiano l'Italia", promosso dalla Presidenza del consiglio, ministero per le Politiche giovanili e le attività sportive.

"Abbiamo pensato – spiega l'ingegnere Andrea Trevisan (ideatore del servizio insieme ai colleghi Gabriele Copelli, Matteo Vettori e Giorgia Zerbini) – di rendere queste tecnologie accessibili on line a tutte le realtà industriali, soprattutto di piccola dimensione. In pratica, le imprese nostre clienti dovranno inviare via Web i dati CAD relativi al componente da progettare, e descrivere attraverso una procedura guidata il suo funzionamento: i carichi applicati, le traiettorie, le accelerazioni e i vincoli strutturali. Noi poi realizziamo il prototipo digitale e ne verifichiamo virtualmente la resistenza attraverso analisi Fem. I risultati dello studio saranno consegnati ai clienti nel giro di qualche ora o qualche giorno in base alla complessità del problema". Il metodo Fem si basa su calcoli matematici che studiano come reagiscono

le parti meccaniche nelle possibili alterazioni strutturali e termiche quando sottoposte all'azione di forze che possono intervenire durante il normale funzionamento. Una volta elaborati i dati viene creato un prototipo digitale del pezzo, in vista poi della realizzazione del prototipo fisico e della successiva entrata in produzione del pezzo una volta superati tutti i test: "Uno dei vantaggi del nostro servizio – prosegue Trevisan – è che le imprese clienti non devono acquistare costosi software necessari a questo tipo di progettazione, che richiedono lunghi tempi di apprendistato e presentano margini di errore se non usati correttamente. Inoltre verranno abbattuti tempi e costi della progettazione, se si pensa che attualmente la maggior parte delle aziende prima disegna il pezzo e poi costruisce il prototipo, dovendo successivamente procedere a tutte le verifiche fisicamente anziché in ambiente virtuale".

Secondo le ultime stime (Aberdeen group), citate dai quattro professionisti parmensi, "lo sviluppo e la verifica dei prototipi virtuali anziché fisici anche tramite l'analisi Fem, consente ai produttori di immettere sul mercato il prodotto finale con 41 giorni di anticipo in media rispetto alla concorrenza". Attualmente, questo è il primo servizio del genere in Italia e uno dei pochi al mondo: "Esistono altre piattaforme con servizi simili al nostro in Germania e in Cina – aggiunge l'ingegnere – ma prevedono l'affitto di un server sul quale è stato installato il software, che l'utente deve tuttavia sapere usare altrimenti non può progettare con questa metodologia. Il nostro vantaggio competitivo è il fatto che, oltre al software, mettiamo a disposizione dei nostri clienti anche conoscenza ed esperienza".

In gara con altri 3.639 progetti (di cui più di 250 dall'Emilia-Romagna) che da tutta Italia hanno partecipato al Concorso nazionale, il servizio "e-Fem" è stato premiato insieme ad altre 64 idee innovative con un finanziamento di 35mila euro a fondo perduto. "Le regole del premio – conclude Trevisan – prevedono che il vincitore realizzi la propria idea innovativa entro un anno, ma pensiamo di essere pronti sul mercato anche prima" ■





Nel capoluogo, dal 1990 al 2004, consumi ed emissioni in crescita di quasi 20 punti

Kyoto chiama Bologna risponde

Lil capoluogo emiliano consuma molta energia. E l'ambiente ne risente. Ma Palazzo d'Accursio non sta a guardare e prepara i piani per raggiungere entro il 2012 i limiti fissati in Giappone per tutelare l'ecosistema.

In Italia, tra il 1988 e il 2003, i consumi di energia sono aumentati dell'1,3%. In Emilia-Romagna dell'1,6%. A livello nazionale, le emissioni di anidride carbonica sono cresciute di circa il 10% tra il 1990 e il 2002, un dato che in regione è salito del 18,8% tra il 1990 e il 2003. Una tendenza all'aumento che deve essere invertita

secondo quanto prevedono gli accordi internazionali.

La Regione Emilia-Romagna ha assunto gli obiettivi nazionali del protocollo di Kyoto come fondamento della propria programmazione energetica. Il Piano energetico regionale, approvato dalla Giunta nel gennaio 2007, assume come

obiettivo strategico la riduzione, entro il 2010-2012, del 6,5% delle emissioni climalteranti. È il Piano stesso a chiamare in causa gli Enti locali (Province e Comuni) per condividere e definire obiettivi e indirizzi di una programmazione ambientale strategica da attuare con Piani Attuativi e Programmi di Intervento. In particolare la normativa regionale delega ai Comuni la possibilità di stabilire il rispetto di più stringenti standard di rendimento energetico e la valorizzazione delle fonti rinnovabili, oltre che nelle nuove costruzioni anche nelle ristrutturazioni degli edifici esistenti e, nel caso, delle sostituzioni dei generatori di calore.

Il bilancio energetico e delle emissioni climalteranti del Comune di Bologna mostra che il trend dal 1990 al 2004 rimane di crescita: il totale dei consumi energetici è aumentato del 19,6%, mentre il totale delle emissioni climalteranti è cresciuto del 18,4%. Rispetto all'aggiornamento del Programma energetico comunale del 1999, dai dati degli ultimi anni si evince che

tra il 1997 e il 2004 la crescita complessiva è stata del 9,4%.

La voce di maggior peso nei consumi energetici è quella del gas metano, che ha visto un aumento del 28% tra 1990 e 2004. Tuttavia la maggiore crescita relativa è data dai consumi elettrici, tutti legati al settore civile, che sono aumentati di ben il 20% tra il 1997 e il 2004. In accordo con le indicazioni normative della Regione Emilia-Romagna (LR 26/2004) e con il Piano energetico regionale, il Comune di Bologna ha messo a punto il nuovo Programma energetico comunale. Il 17 dicembre 2007 il Consiglio comunale ha dato il via libera alla delibera che impegna la Giunta ad approvare il Piano di azione contenente azioni, tempi e modalità di finanziamento degli interventi che dovranno essere realizzati sulle proprietà comunali. "L'obiettivo - spiega l'assessore all'ambiente del comune di Bologna, Anna Patullo - è la riduzione delle emissioni di gas serra annuali del 7% rispetto al valore stimato nel 1990 (e pari a 576mila tonnellate di anidride car-

Le contromisure
a livello locale,
in linea con i dettami
del nuovo Piano
energetico regionale

bonica equivalenti), corrispondente ad un risparmio energetico di circa 55mila tep (tonnellate equivalenti di petrolio). L'obiettivo è fissato a partire da un'analisi georeferenziata dei consumi di gas, che, incrociati con i dati di superficie utile del Servizio d'informazione territoriale, ha portato a stimare un consumo medio specifico pari a 170 kWh/mq".

Bologna si trova di fronte a due questioni principali: la crescita delle emissioni climalteranti e l'evoluzione del tessuto urbano della città; nuove aree di urbanizzazione che apporteranno un ulteriore incremento di consumi ed emissioni. "Per raggiungere l'obiettivo di Kyoto - spiega l'assessore - è necessario innanzitutto assoggettare l'approvazione del Piano strutturale comunale al Programma energetico comunale. Con particolare riguardo all'introduzione di opportuni requisiti prestazionali presenti nel Regolamento urbanistico edilizio, che recepiscano le linee guida dell'energia del Programma. Bisogna poi agire sul patrimonio comunale edilizio con azioni di risparmio energetico e applicazione di fonti rinnovabili, solare, cogenerazione e teleriscaldamento".

In pratica il Programma energetico comunale agisce su due fronti: interviene sull'esistente per ridurre i consumi e diffondere l'utilizzo di fonti rinnovabili, e riduce l'impatto delle aree in trasformazione. Su tutte le nuove aree si applicheranno le indicazioni del Piano strutturale comunale. Per raggiungere l'obiettivo di Kyoto, Bologna deve quindi intervenire in misura consistente sull'esistente: sul miglioramento dei rendimenti degli impianti di riscaldamento, sull'isolamento termico degli edifici, sull'installazione di pannelli solari termici e fotovoltaici, sulla riduzione dei consumi elettrici e sulla riduzione dei consumi nei trasporti. Un insieme di interventi, diffusi sul territorio, porterà a una riduzione delle emissioni climalteranti del 7% rispetto al 1990, consentendo di superare leggermente l'obiettivo del protocollo di Kyoto per l'Italia ■

GLI STRUMENTI

Isolamento termico, elettrodomestici efficienti e fonti rinnovabili **La ricetta di Palazzo d'Accursio**

Il Programma energetico comunale di Bologna definisce una serie di strumenti per raggiungere gli obiettivi fissati dal protocollo di Kyoto. Strumenti da applicare al patrimonio pubblico, ma anche a quello privato come ad esempio l'isolamento termico degli edifici residenziali. Un intervento da fare su tutto il territorio comunale, attraverso l'isolamento di tetti, basamenti e muri esterni, la sostituzione di vetri singoli con doppi vetri e serramenti a taglio termico e l'adozione di sistemi di ventilazione meccanica con recupero termico. Sempre sugli edifici residenziali si propone il miglioramento dei rendimenti degli impianti termici sostituendo le caldaie a basso rendimento, con caldaie ad elevata efficienza. Altro punto del Programma è la diffusione di lampade in Classe energetica A e frigoriferi in Classe A+ o A++, e la promozione della riduzione dei consumi in stand-by dei dispositivi elettronici. Verrà inoltre promossa la sostituzione degli impianti a gasolio con impianti a metano attraverso un censimento caldaie. Il documento di Palazzo d'Accursio punta anche sulle fonti rinnovabili promuovendo l'installazione di impianti solari termici in 244 condomini dotati di un sistema centralizzato di produzione di acqua calda per usi sanitari, con installazione di pannelli solari termici sui tetti dei condomini. Stesso discorso per l'installazione di impianti solari fotovoltaici sui tetti dei condomini a gestione Acer, per un



totale di 76 impianti proposti, e di altri edifici condominiali (circa il 20% del totale degli edifici ad uso abitativo). Per quel che riguarda l'illuminazione si pensa al miglioramento dell'efficienza dei sistemi di illuminazione, del condizionamento estivo e dei motori elettrici industriali.

Interventi di efficienza energetica dovranno riguardare ospedali (attraverso l'isolamento degli edifici, la riduzione dei ricambi d'aria e il miglioramento dell'efficienza degli impianti termici) ed edifici di proprietà comunale (migliorando l'efficienza degli impianti di illuminazione e degli impianti termici, e trasformando gli impianti a gasolio e olio combustibile in impianti a metano).

Verranno poi fatti interventi sui sistemi di cogenerazione e di teleriscaldamento attualmente esistenti, per ridurre dispersioni sulle linee di distribuzione e migliorare il rapporto tra calore generato e calore distribuito. Ferma restando la sensibilizzazione verso un maggior uso dei mezzi pubblici, verrà fatta attenzione anche al parco macchine circolanti: al 50% dei proprietari di autovetture a benzina di cilindrata inferiore ai 1400 cc verrà proposta la sostituzione del loro mezzo a favore di autovetture a maggiore percorrenza a parità di consumi; al 50% dei proprietari di autovetture a benzina di cilindrata inferiore ai 2000 cc verrà proposta la conversione da benzina a metano o GPL ■

di Silvia Saracino

L'iniziativa della Provincia di Bologna per la salvaguardia di un patrimonio prezioso

Botteghe storiche e antichi mestieri

Negli anni venti, Mafalda e Ugo Trebbi aprirono nel piccolo borgo di Stiore, vicino a Monteveglio, una locanda dove i viaggiatori potevano fermarsi a mangiare, dormire e far riposare i cavalli. Nel corso degli anni i figli andarono incontro alle mode e soprattutto alle tendenze del mercato, trasformando la locanda in trattoria con annessa sala da ballo.

Modesto Bartolomei, sempre in quegli anni, decise invece di mettersi in affari nel settore del legno e cominciò a produrre a Castiglione dei Pepoli i bigonci in castagno per raccoglie-

re e pestare l'uva durante la vendemmia, affiancando alla vendita il commercio di legno e carbone. Anche in questo caso, quando le nuove leve della famiglia presero in mano l'attività, l'ampliarono aggiungendo la vendita di ferramenta e il commercio di materiali edili poveri.

Risale invece addirittura all'800 la macelleria e salumeria di Guido Mongiorgi a Savigno. Tutta la famiglia, con le donne in prima fila, lavorava in negozio: zia Bianca vendeva le saracche seduta sulla panchina davanti alla bottega, zia Olga macellava le mucche e nonna Cleofe aiutava nella vendita.

Ci sono 412 storie così nel territorio bolognese, censite dalla Provincia nell'ambito del progetto Botteghe storiche, avviato nel 2004 con il contributo del Gal Appennino Bolognese e Fondazione Carisbo per promuovere, valorizzare e sostenere la storia, l'arte e la cultura dei piccoli negozi e attività artigianali del territorio bolognese. Storie di famiglie che

con la loro bottega aperta da più di cinquant'anni sono diventate parte integrante del patrimonio culturale del territorio, oltre a conservare la memoria della storia e delle tradizioni dell'intera comunità. Per continuare a mantenerle vive la Provincia ha emanato un bando per l'assegnazione di finanziamenti a fondo perduto che è stato vinto da 129 botteghe, la quasi totalità delle 132 che si erano candidate presentando specifici progetti per valorizzare e riqualificare l'attività (di cui 81 inizialmente non incluse nel censimento, che si è così arricchito di nuovi nominativi). "Le istituzioni hanno il dovere - sottolinea l'assessore alle Attività produttive della Provincia di Bologna Pamela Meier

- di salvaguardare il patrimonio storico, umano e sociale rappresentato dalle botteghe storiche nel nostro territorio. Perché non dobbiamo dimenticare, specie oggi che si fa un gran parlare di grandi strutture di vendita, che i nostri centri storici rappresentano le prime forme di centri commerciali, intesi come luoghi naturali di scambio e di incontro".

Il bando mette a disposizione complessivamente 734mila euro - con contributi fino a 10mila euro ad attività - per interventi che riguardano lavori di ristrutturazione, progetti di innovazione nel campo della comunicazione e del marketing e azioni finalizzate al ricambio generazionale e alla trasmissione di impresa. Si è

Finanziamenti a fondo perduto per progetti di riqualificazione delle attività



rivolto a tutte le attività di commercio al dettaglio, anche ambulante, e alle piccole imprese artigiane di Bologna e provincia con almeno cinquant'anni di attività ininterrotta alle spalle: o con lo stesso titolare, oppure botteghe che operano nello stesso locale o trattano lo stesso genere merceologico. Hanno potuto partecipare anche le imprese con meno di 50 anni di attività se il negozio vanta la presenza di architetture d'autore (esterni o interni progettati da professionisti di fama) o di elementi architettonici di pregio negli interni, dalle vetrine decorate ai serramenti fino all'insegna storica o particolari arredamenti e suppellettili. La maggior parte delle richieste di contributo è giunta dalla provincia – il 67% – di cui un 35% dall'area appenninica. Ammonta invece al 33% il totale delle richieste pervenute dai esercizi attivi nel Comune di Bologna. Tra le attività del capoluogo felsineo che beneficeranno dei contributi, il fornajo Piron el furnar, aperto dal 1883; l'antica Aguzzeria del Cavallo (accessori per la caccia), che appartiene alla famiglia

Bernagozzi dal 1783; la Coroncina, fondata nel 1694 dai frati cappuccini per la vendita di oggetti sacri; l'Antica Cappelleria Malaguti, aperta dal 1870.

Delle 132 domande pervenute la stragrande maggioranza, l'88%, sono commercianti: 37 bar e ristoranti seguiti da 20 imprese che operano nell'abbigliamento e nel tessile e 22 negozi tra alimentari e macellerie. Le restanti sono piccole attività artigiane, al primo posto i panifici e pasticceri, seguiti da acconciatori per capelli, laboratori di gastronomia e dolciumi e due meccanici. Ma anche un calzolaio, un fabbro, un intagliatore del legno e un laboratorio fotografico.

Ai finanziamenti della Provincia si aggiunge il contributo di Carisbo che ha messo a disposizione un plafond di 5 milioni di euro per anticipare le spese sostenute dagli imprenditori ma anche per coprire la differenza tra il contributo massimo messo a disposizione dalla Provincia e l'ammontare totale delle spese (la Provincia ha riconosciuto come ammissibile il 98% dell'ammontare



totale delle spese richieste). Carisbo offre un finanziamento per coprire fino al 100% dell'investimento a tassi di interesse e spese agevolati. "Le numerose adesioni al progetto botteghe storiche – ha commentato Giuseppe Feliziani, direttore generale di Carisbo – sono un segnale che dobbiamo cogliere per affiancare quei commercianti ed artigiani che, pur avendo un'importante storia alle spalle, sentono l'esigenza di continuare a mettersi in gioco per stare sul mercato". Con questa iniziativa, Carisbo "conferma la propria vocazione ad essere banca del territorio, a sostegno di una migliore imprenditoria e dello sviluppo sociale ed economico dell'area in cui siamo da



IL PROGETTO

E ora alla "guida" si aggiunge anche un logo dedicato **L'Atlante della tradizione**

Tutto quello che c'è da sapere sulle botteghe storiche della provincia di Bologna è contenuto nei due volumi dell'Atlante delle botteghe storiche – uno che riguarda l'Appennino e uno la pianura – realizzato dalla Provincia con il contributo della Fondazione Cassa di Risparmio di Bologna, nell'ambito del progetto Botteghe storiche. L'atlante è il frutto del censimento avviato nel 2005 dalla Provincia che ha chiesto ai Comuni del territorio di segnalare le attività commerciali e artigianali: nel 2006 e nel 2007 sono state oltre 700 le attività che hanno ricevuto la visita dei rilevatori nei 33 comuni che avevano aderito al progetto.

Ne è nata una vera e propria guida sulle 412 botteghe di antica tradizione, dalla produzione artigianale a quella gastronomica, con una descrizione dei

principali monumenti, vie e piazze della zona a cui le botteghe sono intrecciate. Dal progetto di valorizzazione e riqualificazione è nato anche il marchio "Bottega storica", che sarà utilizzato nelle insegne e vetrine delle attività selezionate per il bando provinciale ma anche per iniziative di promozione al grande pubblico. L'atlante e le informazioni che riguardano il progetto sono disponibili sul sito web creato ad hoc, [www4.provincia.bologna.it/botteghe storiche](http://www4.provincia.bologna.it/botteghe_storiche).



di Silvia Saracino

Veicoli a lenta movimentazione: la scalata della reggiana Ama, oggi tra i leader europei

Partner globali per l'agricoltura



Con un fatturato record di 148 milioni di euro – in aumento del 15% rispetto al 2006 – il gruppo Ama di San Martino in Rio (Reggio Emilia) si conferma nel 2007 tra i leader europei nella fornitura di componenti e attrezzature per veicoli a lenta movimentazione nei settori agricoltura e giardinaggio, movimento terra, logistica e settore ricreazionale.

Nata nel 1967 grazie all'intraprendenza di Luciano Malavolti, l'attuale presidente, l'azienda si è trasformata in breve tempo da piccolo garage a realtà industriale dinamica grazie a una strategia orientata all'am-



Dall' "After Market" alla fornitura diretta, oggi l'azienda serve 12mila clienti in 75 Paesi del mondo

pliamento e all'internazionalizzazione: oggi Ama serve 12mila clienti in 75 Paesi del mondo – suddivisi tra Europa, Est Europa, Medio Oriente, Nord e Sud Africa, Asia, Stati Uniti, Centro e Sud America – è presente in 20 Paesi con una struttura commerciale e produce in cinque Stati diversi, per un totale di oltre 1.000 dipen-

denti. Nel 2007 il fatturato estero si è attestato a oltre 68 milioni di euro, mentre quello nazionale a quota 80 milioni di euro, con un incremento dell'11,68% rispetto al 2006. Ottime le performance delle filiali commerciali estere, che con 16 milioni di euro hanno migliorato del 23,57% i risultati del 2006.

Il successo di Ama sta nell'aver saputo cogliere i cambiamenti e di conseguenza il mutamento dei bisogni del mercato, strategia che si concretizza nelle due divisioni commerciali, Oem (Original Equipment Manufacturer) e After Market. La prima business unit è specializzata nella produzione e distribuzione di accessori e ricambi

Sopra, Alessandro Malavolti, amministratore delegato di Ama

IL PROGETTO

Il successo di un'iniziativa pionieristica per il mercato domestico **Agristore, il supermercato di chi lavora la terra**

Ama è stato il primo gruppo in Italia a creare la catena di "Agristore, il supermercato di chi lavora la terra", la rete di negozi in franchising per la vendita di accessori e ricambi per macchine agricole e per la cura del verde. "Ci siamo resi conto che il sistema di distribuzione in Europa aveva una struttura 'vecchia' – spiega l'amministratore delegato". "Per questo abbiamo realizzato la nostra rete di concessionari, ispirandoci al modello statunitense, per la divisione After Market".

Attualmente la rete si compone di una sessantina di

negozi in Italia e in Europa, con l'obiettivo di arrivare a quota 75 entro fine anno.

Agli Agristore si affiancano nella rete distributiva i Gardenstore, la rete di supermercati in franchising specializzata nella vendita e riparazione di macchine e attrezzature per il giardinaggio; gli Agristop, il corner Ama all'interno di punti vendita multimarca; i rivenditori specializzati del settore; i Cat, Centri di assistenza tecnica specializzati nell'installazione e assistenza post vendita per tutta la gamma delle macchine Ama Garden ■

per macchine agricole e per la cura del verde, mentre la seconda è dedicata alla realizzazione di componenti per l'allestimento completo dell'interno cabina e del retro trattore.

In sostanza, il segmento After Market si rivolge ai riparatori di veicoli a lenta movimentazione – nei settori Agri e Garden – offrendo loro una struttura capillare di magazzini in loco, mentre Oem vende direttamente ai costruttori. “Inizialmente eravamo orientati solo al segmento After Market – spiega l'amministratore delegato Alessandro Malavolti – poi negli anni '90 abbiamo costituito la divisione Oem perché abbiamo capito le potenzialità della vendita diretta ai costruttori. Inizialmente rifornivamo piccole aziende, oggi dialoghiamo con grandi gruppi e puntiamo a rafforzare la divisione Oem”.

È questa dunque la strategia che caratterizzerà i prossimi anni: allargare lo slogan “essere sempre a casa del cliente”, che caratterizza il business After Market con la presenza di filiali distributive vicino alle officine, ma anche al segmento Oem, il cui fatturato nel 2007 ha raggiunto i 70 milioni di euro, con un aumento del 26,8% rispetto al 2006. Una crescita molto maggiore rispetto a quella dell'After Market – più 6,7% – che rimane però “l'anima dell'azienda”, con un fatturato di 78 milioni di euro. “Da due anni a questa parte assistiamo a una ripresa del settore agricolo in tutto il mondo – spiega Malavolti – dovuta anche alla ricerca di nuove fonti alternative, come la colza, per creare carburanti alternativi al petrolio che continua a registrare prezzi da record. Tutto il settore agricolo si è svegliato e di conseguenza il mercato dei costruttori di macchine agricole è in espansione”. Ecco perché Ama cavalcherà questa ondata positiva “costruendo stabilimenti produttivi vicino a costruttori di alto livello”.

Per quanto riguarda le soluzioni Oem, il gruppo offre ai costruttori prodotti che riguardano il gruppo cabina, quindi tutto ciò che serve per la cabina di un trattore: sedili e volanti ma anche cilindri e componenti oleodinamici, colonnette e piantoni di sterzo, strumentazione

elettrica ed elettronica, componenti metallici, termoformati e compositi, alberi cardanici, componenti per la lavorazione del suolo e cabine complete. L'After Market si rivolge invece tanto al manutentore di macchine agricole quanto al privato con il pollice verde: componenti per tosaerba, decespugliatori, rasearba, motoseghe, tosasiepe, soffiatori e muti cutter. Tutto quello che serve per la cura del giardino compresi abbigliamento da lavoro, scarpe e stivali, guanti, le protezioni per viso e testa.

Le due divisioni commerciali si sono sviluppate parallelamente negli anni attraverso una politica di innovazione e acquisizioni. Nel segmento Oem, le acquisizioni strategiche di Pertex, leader nella costruzione di piantoni a sterzo, Kratos, specializzata nella costruzione di cilindri in piccole serie, e la costituzione di Ama Instruments, che si occupa di produzione e produzione di strumentazione analogica e digitale. Per la divisione After Market, il successo si è basato sull'aumento delle filiali distributive, tra cui le ultime in Irlanda, Spagna,

Gran Bretagna, Germania, Romania e Repubblica Ceca. Gli investimenti vengono effettuati dopo un'attenta selezione del Paese in base alla dimensione e al potenziale sviluppo dei mercati: per i prossimi anni in cima alla lista ci sono gli Stati Uniti e l'Est Europa, ma anche il mercato turco e i Paesi del sud est asiatico, con l'obiettivo di ampliare le filiali e ottimizzare le performance logistiche.

Per quanto riguarda la sede reggiana – il centro distribuzione ricambi di Prato di Correggio – gli investimenti futuri sono finalizzati al potenziamento dei sistemi di automazione del magazzino per garantire l'incremento della rapidità e della precisione nell'evasione degli ordini. Sia nella divisione Oem che After Market grande importanza viene data alla ricerca e sviluppo in cui l'azienda investe ogni anno il 2% del fatturato: nel laboratorio interno vengono realizzati studi sugli sviluppi tecnologici applicabili alle macchine a lenta movimentazione, ma anche progetti che nascono dalle richieste della clientela ■

IL CASO

L'acquisizione dell'impresa di Suzzara specializzata in sedili Comodi e sicuri, seduti su un Gibicar

L'esperienza di Ama nei sedili per conducenti di veicoli a lenta movimentazione si applica anche al comfort delle sedute per il trasporto passeggeri grazie all'acquisizione di Gibicar, azienda di Suzzara (Mantova) specializzata nella produzione di sedute per autobus gran turismo e di

linea, minibus, scuolabus e veicoli speciali.

L'azienda mantovana, acquistata all'inizio dell'an-

no, entra così a far parte del gruppo Ama come divisione di Seat, già specializzata nella produzione di sedili e volanti. Grazie alle nuove produzioni Gibicar, il gruppo reggiano amplierà ulteriormente il proprio portafoglio clienti con l'aggiunta di nomi quali Iveco, Mussa & Graziano (fornitore di sistema per Iveco, Irisbus e Fiat Auto) Iveco DVD (Defence Vehicle Division), Irisbus, Fiat Auto, Scania, Volvo e Mercedes.

In termini di fatturato le previsioni sono più che buone, come sottolinea l'amministratore delegato di Seat Gabriele Marani: “Se il fatturato 2007 di Gibicar ha superato i 6 milioni di euro, attraverso questa nuova acquisizione prevediamo di raggiungere gli 8 milioni nel 2008 e i 15 milioni entro il 2012” ■



Pubb

Mobilità motore di crescita

Il sistema regionale del trasporto punta su qualità, efficienza ed attenzione al cliente nell'affrontare la sfida competitiva che deve coniugare business e tutela dell'ambiente. Un ruolo da protagonista per le imprese del settore con iniziative innovative.

Da alcuni anni si assiste ad una teorica applicazione della riforma del trasporto pubblico locale stesso su gomma e su ferro. Nella realtà, le difficoltà derivanti dal reiterarsi di modifiche legislative alle Finanziarie che si sono succedute hanno portato ad una sostanziale incertezza sul piano normativo e sugli strumenti di investimento e finanziamento a livello nazionale. Per quanto riguarda il trasporto su gomma, in Emilia-Romagna si producono 114 milioni di vetture/chilometro all'anno, di cui circa 20 milioni in subconcessione, si sono create 9 agenzie locali per la mobilità distinguendo fra competenze di programmazione e gestione, che viene affidata tramite gara e successivo contratto di servizio. Quello che si persegue in Emilia-Romagna è un modello di mobilità sostenibile più rispondente alle esigenze dei territori, dove si distinguono alcune realtà di rilievo, che hanno saputo adeguarsi con prontezza ai tempi.

re/chilometro all'anno, di cui circa 20 milioni in subconcessione, si sono create 9 agenzie locali per la mobilità distinguendo fra competenze di programmazione e gestione, che viene affidata tramite gara e successivo contratto di servizio. Quello che si persegue in Emilia-Romagna è un modello di mobilità sostenibile più rispondente alle esigenze dei territori, dove si distinguono alcune realtà di rilievo, che hanno saputo adeguarsi con prontezza ai tempi.

Cotabo, innovazione e impegno sociale binomio vincente

COTABO, la cooperativa di tassisti bolognesi, festeggia i suoi primi 40 anni attraverso un programma di crescita, improntato al costante impegno per migliorare il rapporto con l'utenza e la consolidata collaborazione con le maggiori istituzioni economiche e sociali della città.

Nuovo sistema prenotazione corse Innovazione tecnologica, servizio qualificato e migliori risposte ai clienti: questi i concetti chiave del progetto di ammodernamento del sistema Cotabo previsto entro l'estate che prevede l'adozione della tecnologia Taxitronic. Le 520 autovetture associate abbandonano il vecchio Radiotaxi per un sistema innovativo che, al posto della superata tecnologia radio, permette di assegnare le corse attraverso il rapidissimo Gprs. Il nuovo sistema, che prevede un navigatore Gps a bordo delle autovetture, assicura maggiore velocità di erogazione dei servizi e riduce i tempi di attesa dei clienti. Non ci saranno più limiti alle corse trattate contemporaneamente dalla centrale a fronte di una costante localizzazione delle vetture. Inoltre, sarà possibile prenotare dal sito www.cotabo.it e ricevere la conferma via sms.



TAXI CARD RICARICABILE COTABO La qualità del servizio passerà anche attraverso tempi e modi di pagamento. Verrà introdotta la Taxi card ricaricabile e prepagata di Cotabo. Le Taxi Card saranno disponibili a partire da 50 euro e potranno essere ricaricate direttamente in sede, in Via Stalingrado 65/13. In futuro, sarà possibile ricaricarle negli sportelli bancari ed esercizi commerciali. I professionisti e le aziende possono invece già utilizzare la Taxi Card in modo ancora più pratico con l'addebito delle corse effettuate e fattura a scadenza mensile.

TAXI ROSA Attraverso una raccolta fondi promossa dai tassisti bolognesi e da tutte le sigle sindacali, si sta creando un fondo per la sicurezza notturna delle donne in città. Grazie a questo deposito, che coinvolge le due cooperative felsinee di taxi (Cotabo e Cat), alle donne sole che utilizzano il taxi dalle 22 alle 6 di mattina, saranno scontati 3 euro.

SOLIDARIETA' E IMPEGNO SOCIALE Cotabo è impegnata da anni nella solidarietà attraverso il sostegno a quattro associazioni a scopo benefico: l'Istituto Ramazzini; l'Associazione Bimbingamba; l'Associazione Io Ci Sono e la Fanep. Cotabo ne promuove i programmi esponendo nei taxi materiale informativo, partecipando ad iniziative, coinvolgendo attivamente e direttamente associati e dipendenti.

AMBIENTE Una sfida per il 2008 è di elevare l'attuale quota di 65% delle autovetture eco-compatibili. Le autovetture "euro 4" e a metano aumenteranno nel parco della Cotabo. A supporto di questo orientamento è in fase di realizzazione un distributore di metano a disposizione dei soci.

Informazioni utili su taxi, tariffe e mobilità a Bologna sul sito rinnovato: www.cotabo.it

A lato, il presidente di Cotabo Riccardo Carboni (al centro) e due soci fondatori. Sopra, la sede di COTABO



Pubb

SACA, investimenti a garanzia di qualità e sicurezza

Siamo un'impresa con una filosofia aziendale chiara. Cerchiamo di inserirci nel territorio dove operiamo non solo con il massimo rispetto dell'ambiente, ma anche con un'etica di rispetto e di valori. La nostra storia di oltre 35 anni di impresa ne è la prova". Così Daniele Passini, presidente di S.A.C.A, sintetizza così la linea operativa della società di autotrasporti, aderente a Confcooperative Bologna, che nel 2007 ha incrementato il fatturato del 12%, superando i 30 milioni di Euro. "Nonostante difficoltà di gestione dovute agli incrementi subiti su gasolio, assicurazioni, contratti di lavoro - afferma il presidente Passini - anche per il trentaquattresimo anno il bilancio è stato positivo. Tutti gli utili prodotti vengono reinvestiti in azienda per sviluppo, nuove tecnologie e corsi di formazione del personale". La SACA, nata nel 1972 dal noleggio con conducente di autovettura, nel tempo ha implementato i servizi relativi alla mobilità offerti alla clientela. E' operativa in tutta l'Italia del nord, dalla sede di Bologna collegata alle unità locali di Modena, Carpi, Concordia, Novi di Modena, Reggio Emilia, Fidenza, La Spezia, Borghetto di Val di Vara ed a Carasco, in provincia di Genova.

Con 203 soci e 402 dipendenti tra diretti ed indiretti, SACA è l'impresa che a livello nazionale effettua il maggior numero di chilometri di trasporto pubblico in sub-affidamento. Il parco di automezzi è



composto da 80 autovetture da noleggio con conducente, 60 mezzi commerciali, oltre 100 pullman da turismo da 8 a 80 posti e 220 autobus per il trasporto pubblico locale. I depositi, le linee di Trasporto Pubblico Locale e i servizi turistici durante il quale S.A.C.A. ha acquistato un'impresa che esercisce 150 mila chilometri di Tpl nelle zone di Vergato, di Grizzana Morandi, Camugnano in provincia di Bologna.

Quali sono i progetti e le strategie future?

"Nel quadriennio 2004/2007 - precisa Passini - SACA ha investito oltre 6 milioni di euro in infrastrutture per la mobilità delle persone e delle merci, settore quest'ultimo con il fiore all'occhiello del Transit-point. Il prossimo piano triennale prevede investimenti di oltre cinque milioni di Euro per l'aggiornamento del parco mezzi con sistemi di alimentazione di massima attenzione all'ambiente e la costruzione di nuovi depositi: uno nell'area di Bologna città/aeroporto ed un secondo nella zona di Porretta Terme, segnale, questo, di sensibilità per un territorio a debole mobilità".

La S.A.C.A ha scelto di costruire e valorizzare.

"Per i servizi di trasporto scolastico che S.A.C.A esercisce in 26 Comuni - conclude il presidente - c'è il progetto di un monitoraggio con una piattaforma tecnologica ed un software specifico di tracciabilità in tempo reale dei pullman per dare massima garanzia di qualità e sicurezza. Questi impianti potranno, a richiesta, essere delocalizzati presso i Comuni".



A lato la sede di Saca. In alto il presidente Daniele Passini

Coerbus, nuovi progetti all'orizzonte mentre cresce il fatturato

In sedici anni, il fatturato è passato dallo zero iniziale ai 13 milioni e mezzo di euro dell'ultimo bilancio con un aumento di oltre 6 punti percentuali sul precedente.

Il consorzio Coerbus ha macinato non solo milioni di chilometri, ma anche creato valore ed un'azienda solida e radicata sul territorio. Oggi Coerbus, che ha sede a Lugo, conta su 40 soci, 290 mezzi a disposizione, 310 addetti. A Ravenna ha una succursale, che è punto di riferimento per il trasporto a carattere sociale, ad Imola una unità locale ed a Castel Del Rio un deposito.

L'inizio del 2008 è coinciso con un cambio al vertice nel segno della continuità: Lino Fantini, chiamato al ruolo di amministratore delegato, ha lasciato la carica di direttore a Stefano Blè.

"I risultati che abbiamo raggiunto - spiega Fantini - sono stati possibili grazie ad una strategia che ha scelto la strada delle alleanze con le società pubbliche di trasporto locale ed ha consentito un notevole sviluppo. Come privati possiamo ottimizzare i servizi integrando

quelli che svolgiamo per conto di Comuni o Asl come nostre attività". Ogni giorno vengono svolti 236 servizi fissi su quattro province, per conto di Atc Bologna, Mete Ravenna, Atr Forlì. Per conto del Consorzio per i servizi sociali, il Coerbus gestisce linee quotidiane dedicate al trasporto dei portatori di handicap.

"Sento questo servizio - aggiunge

l'ad di Coerbus - come una missione, il nostro contributo nei confronti del territorio".

Il trasporto scolastico viene realizzato da Coerbus per 18 Comuni. A Ravenna, ad esempio, vengono utilizzati 26 autobus per portare a scuola 100 ragazzi, mentre a Faenza i mezzi sono 18 per 400 studenti, visto che il territorio manfredo è più frammentato. Proprio da qui sta per partire una delle iniziative future del Coerbus "Dopo aver portato i ragazzi a scuola - precisa Fantini - gli autobus potrebbero essere utilizzati per collegare il centro alle frazioni. Partiremo presto con la sperimentazione di due linee a cui ne seguiranno altre tre".

I progetti di sviluppo del Coerbus sono però molto più a largo raggio. A cominciare dalle trattative in corso per dar vita ad una realtà più ampia che da Castel San Pietro a Rimini coinvolgerebbe tutte le cooperative di trasporto. Il consorzio, alla fine dell'operazione, salirebbe a 30 milioni di euro di fatturato, con 500 mezzi e 530 addetti.

Intanto, alcune iniziative sono vicine alla realizzazione.

"Oltre ad un nuovo logo aziendale - conclude il presidente Bruno Ricci Petitioni - stiamo programmando l'attivazione di un servizio di autorimessa da affiancare a quelli già svolti (tpl, scolastico, sociale e turismo n.d.r.), e stiamo pensando al "Pronto Bus a chiamata" basato sull'analisi della frequenza dei trasporti che lascia scoperte alcune fasce orarie. E' già stata sottoposta ai comuni interessati ed all'agenzia della mobilità la proposta di una linea festiva per collegare Alfonsine, Fusignano, Bagnacavallo a Lugo".

Nella foto da sinistra Bruno Ricci Petitioni, Gino Maioli e Lino Fantini



Pubb

Volare come business

Una rete moderna di aeroporti, collegata ad un progetto di sviluppo strategico della mobilità veloce e della logistica sono fondamentali per una regione come l'Emilia-Romagna, vocata all'export e al tempo stesso in grado di proporre una ricca offerta turistica.

Lo sviluppo del sistema degli aeroporti deve collegarsi ad un disegno strategico di ottimizzazione della logistica per la mobilità delle persone e delle merci. Una regione dinamica come l'Emilia-Romagna, che punta ad incrementare i processi di internazionalizzazione, la vocazione all'export, la capacità di attrarre visitatori con una ricca offerta turistica e congressuale, deve poter contare su una rete moderna ed

efficiente di mobilità. Mentre si progettano nuove soluzioni per un sistema aeroportuale competitivo, capace di diventare un vero asset coerente con gli obiettivi di valorizzazione del territorio e in grado di attrarre investimenti qualificati, crescono le realtà che si occupano in modo professionale di trasporto e lavoro aereo, per fornire risposte sempre più puntuali e diversificate alla clientela.

Aeroporto di Bologna, presentato il piano industriale 2008-2012

Sviluppo del traffico nel rispetto della sostenibilità ambientale e con attenzione alla qualità del servizio, produzione di ricchezza per il territorio e per il sistema imprese, creazione di valore per gli azionisti: sono i tre obiettivi prioritari perseguiti dal nuovo Piano industriale 2008-2012 dell'Aeroporto "Guglielmo Marconi" di Bologna.

"Abbiamo pensato ad un piano - spiega la presidente Giuseppina Gualtieri - che, pur affrontando i temi più urgenti, tenga anche conto delle possibilità di sviluppo di lungo periodo, anticipando quelli che potrebbero essere i bisogni futuri del territorio. Inoltre, consapevoli delle difficoltà competitive che riguardano anche le società aeroportuali, abbiamo puntato non solo allo sviluppo del traffico, ma anche alla parte non aviation del business, perché l'aeroporto possa perseguire concretamente obiettivi ambiziosi e diventare protagonista del valore che crea".

"Con questo piano, che ha linee di indirizzo chiaro e obiettivi ambiziosi, l'azienda - aggiunge il direttore generale Armando Brunini - vuole assumere un ruolo da protagonista. Ora le nostre energie saranno focalizzate sull'implementazione di quanto programmato e sul conseguimento degli obiettivi prefissati".

La crescita dello scalo passerà attraverso l'ampliamento e la riqualificazione delle infrastrutture, il consolidamento del traffico business accompagnato da un deciso sviluppo del traffico low cost (oggi al 12,4% del totale passeggeri), l'incremento del business non aeronautico (attestato al 40% del totale dei ricavi), il miglioramento della qualità del servizio dell'efficienza e della produttività.

Nel dettaglio, la società prevede investimenti sino ad un massimo di 200 milioni di euro, finalizzati alla riqualificazione del Terminal Passeggeri, alla costruzione di un nuovo molo imbarchi, all'ampliamento dei piazzali aeromobili e dei parcheggi auto, alla realizzazione della stazione del People Mover e alla attivazione di un nuovo sistema automatizzato di smistamento bagagli.

A questa prima tranche di interventi, per i prossimi cinque anni, se ne potrà aggiungere un'altra, volta alla costruzione di un nuovo Terminal in un'area coerente con l'ipotesi di Polo funzionale del Piano territoriale di coordinamento provinciale e del Piano strut-

turale del Comune di Bologna. Tali investimenti consentiranno all'Aeroporto di avere una capacità finale di oltre 10 milioni di passeggeri.

Rispetto al quadriennio, la società prevede una crescita media annua del traffico del 4,2% per arrivare nel 2012 a 5,3 milioni di passeggeri che, nell'ipotesi di un deciso sviluppo del low cost (che diverrebbe pari al 28% del traffico totale), salirebbero a 6,3 milioni, con un incremento annuo dell'8,1%. Sul fronte economico, la società prevede che i ricavi possano crescere del 6% all'anno, passando dagli attuali 54,3 milioni di euro (preconsuntivo 2007) a 72 milioni nel 2012, mentre il Margine Operativo Lordo dovrebbe aumentare del 9% annuo, da 18,5 a 27,9 milioni di euro.



Nella foto, da destra, il presidente Giuseppina Gualtieri e il direttore Armando Brunini

Pubb

Aeroporto di Parma, ancora forte la crescita nel 2008

Dopo un 2007 che per l'Aeroporto di Parma si è chiuso con un totale di 145.916 passeggeri rispetto ai 129.801 del 2006, registrando un incremento del 15%, anche il 2008 è partito sotto i migliori auspici.

Sia il mese di Gennaio che quello di Febbraio hanno segnato infatti un notevole incremento dei passeggeri in transito per lo scalo emiliano. I volumi nel bimestre si sono attestati a 38.897 unità, più del 100% rispetto allo stesso periodo del 2007 (17.258 pax).

Visti i risultati, per il 2008 è previsto un sostanziale raddoppio per quel che riguarda il volume di traffico complessivo, senza considerare le nuove tratte che saranno inaugurate entro il prossimo semestre.

Ad oggi l'offerta dello scalo "Giuseppe Verdi" comprende i seguenti collegamenti: Londra Stansted con Ryanair 4 volte a settimana, Tirana con Belle Air 3 volte a settimana e da maggio riprenderà il collegamento settimanale (al sabato) con la Danimarca operato da Cimber Air.

Sulle rotte nazionali grande successo per i nuovi collegamenti giornalieri con la Sicilia operati da WindJet (Parma-Palermo e Parma-Catania) dallo scorso novembre.

Dal 30 marzo inoltre, grazie ad un nuovo

accordo con Alitalia, i collegamenti con l'hub di Roma Fiumicino saranno effettuati 3 volte al giorno tutti i giorni (2 al sabato). Ciò garantirà le prosecuzioni verso le 23 destinazioni in Italia e le 54 nel mondo servite dalla compagnia di bandiera, con tempi di transito ridotti per i passeggeri. La tratta verrà servita da un aeromobile con una capacità maggiore rispetto al passato, un embraer Rj145 da 48 posti, nelle fasce orarie tali da offrire un confortevole servizio point to point per il cliente business e garantire i colle-

gamenti internazionali e intercontinentali.

L'Aeroporto di Parma, sfruttando quindi tutte le sue doti di facile accessibilità e di velocità delle operazioni di controllo ed imbarco, sta vedendo crescere rapidamente l'offerta di voli e il numero di passeggeri. Il tutto è seguito da una serie di interventi strutturali atti a garantire un miglior servizio al passeggero quali il nuovo bar, il potenziamento del parcheggio autovetture, l'incremento del servizio di rent car e la riqualificazione ed ampliamento delle hall e aree di transito.



L'ingresso dell'aeroporto di Parma

A guidare la Sogeaip, la società di gestione, è Gianni Sebastiani, ex a.d. di Meridiana

Dieseljet: arriva da Forlì il primo motore d'aereo italiano costruito dal 1943

Il common rail targato "Diesel Jet", disegnerà presto la futura rotta della tecnologia aeronautica Made in Italy. Il motore elaborato dalla società del gruppo forlivese guidato da Giancarlo Giunchi, è il punto di arrivo di un progetto industriale destinato a rivoluzionare il mondo dei velivoli ad elica, con un drastico abbassamento dei costi d'esercizio degli aeromobili.

L'iniziativa è frutto della passione per gli aerei di Giancarlo Giunchi e dell'esperienza fatta attraverso le altre due società del gruppo: l'Aernova, che ha sede nell'aeroporto di Forlì e si occupa di fotografie prospettiche e zenitali, servizi per l'ambiente, monitoraggi aerei con sistemi altamente sofisticati, scuola di volo ai massimi livelli sino al conseguimento delle licenze di pilota di linea, manutenzione aeromobili, fornitura di carburanti avio; la Meccanica Aeronautica che ha base all'aeroporto di Bologna ed è specializzata nella manutenzione dell'avionica e di tutta la strumentazione di bordo degli aeromobili. Le sinergie del Gruppo Giunchi si fondono, quindi, con l'operazione

Diesel Jet, nata dalla felice intuizione delle potenzialità del motore diesel common rail, gioiello tecnologico ideato dalla Fiat e montato ormai sulla maggior parte delle auto diesel prodotte nel mondo.

"Gli attuali motori in circolazione nei cieli - spiega Giancarlo Giunchi - di matrice americana, sono sicuramente affidabili, ma il loro impiego comporta consumi elevati di carburante il cui costo è divenuto tale da appesantire all'inverosimile le spese di gestione, per poi non dire delle difficoltà di reperire, negli aeroporti, la benzina avio 100 LL, non più prodotta dalle raffinerie italiane e quindi importata da altri paesi".

Partendo da queste considerazioni, la Diesel Jet ha realizzato un motore diesel evoluto per applicazioni aeronautiche basato su tecnologia common rail, alimentato a Jet A1 (kerosene) disponibile in ogni aeroporto con costi pari a un terzo rispetto la benzina avio e meno inquinante.

"I common rail modificati da Diesel Jet - spiega Giunchi - derivano dai super rodatori prodotti dalla Fiat che i nostri tecnici trasformano in motori aeronautici, aumentandone la potenza. Diesel Jet è il frutto della stretta collaborazione con il Centro Ricerche Fiat di Orbassano, la facoltà di Ingegneria Aerospaziale di Forlì, ed Alenia Aeronautica".

Qualche mese fa, un aereo di Alenia equipaggiato con un motore Diesel Jet ha ottenuto il record europeo di durata in volo.

"Ora stiamo ultimando la fase dei collaudi ai banchi - conclude Giunchi - ed accurati test mirati ad ottenere le certificazioni delle preposte autorità aeronautiche Europee (EASA), indispensabili per la produzione in serie di questi rivoluzionari motori d'aereo, i primi costruiti in Italia dopo il 1943".



Pubb

Elicarter, voli su misura

La società **Elicarter** con sede ad Olbia, opera nel campo dei servizi di trasporto aereo e si avvale della ventennale esperienza nel settore del suo amministratore, Paolo Murgia.

"Elicarter, unica in Sardegna, ed una delle poche in Europa -dice Murgia - è in grado di rispondere ad ogni esigenza di trasporto aereo nazionale ed internazionale. In virtù di accordi commerciali con le maggiori compagnie -aggiunge Murgia - Elicarter dà accesso ad oltre 6.000 velivoli di qualsiasi capacità (da 4 a 420 passeggeri), configurazione (VIP, economy, cargo) e dimensione, pronti al decollo in poche ore dalla conferma, per qualsiasi destinazione nel mondo".

VIP e Business Jet Per l'uomo d'affari che ha necessità di spostarsi in modo veloce, affidabile e comodo, Elicarter offre il comfort e la privacy del jet privato: a poche ore dalla conferma, l'aereo attende nell'aeroporto prescelto, all'ora desiderata, per la destinazione indicata. Senza lunghe attese al check-in, è sufficiente arrivare in aeroporto solo qualche minuto prima del decollo. Il sovraffollamento degli aerei non un problema: cabine confortevoli garantiscono privacy e relax. Su richiesta è personalizzato un servizio di catering. Voli Charter Per gruppi aziendali, sportivi o turistici, Elicarter organizza voli charter ad-hoc o programmi con l'aereo più adatto anche alla lunghezza del volo, dallo scalo scelto. Voli Cargo Per spedizionieri, corrieri, organizzazioni governative e umanitarie, per aziende e privati, Elicarter è in grado di trovare l'aereo cargo più adatto alle esigenze con l'assistenza dei più qualificati professionisti del settore.

Servizio Elicotteri Elitaxi Elicarter dà accesso a circa 150 elicotteri in Italia e nel bacino del Mediterraneo, certificati ed affidabili guidati da piloti esperti, posizionati nei grandi centri e nelle più rinomate località turistiche, sugli aeroporti ed elisuperfici grandi e piccole.

Lavoro aereo - **Elicarter** è in contatto con piloti specializzati per svolgere qualsiasi servizio di fotografia aerea (non solo per promozioni commerciali o turistiche, ma anche per lottizzazioni, progettazione di strade, dighe), di rilevamenti ambientali ed urbanistici, antincendio, di disinfezione, di controllo termografico delle linee elettriche (con telecamera termografica a infrarossi) e per lo spostamento di tralicci e altro materiale ingombrante in zone impervie). Aeroambulanza, Eliambulanza, Trasporto organi Elicarter è in grado di organizzare trasferimenti di pazienti con assistenza medica specializzata, a bordo di aerei ed elicotteri adeguatamente equipaggiati. Offre anche il servizio di trasporto organi per trapianti terapeutici. "Elicarter -conclude Paolo Murgia - è certa di poter essere un prezioso partner grazie a disponibilità e operatività 24 ore su 24, 7 giorni su 7, all'esperienza e professionalità, all'accesso immediato agli aerei ed elicotteri adatti alle esigenze più svariate".



Elicarter è a disposizione per dettagli tecnici degli aerei e preventivi di spesa
email: info@elicharter.com Ph. +390789595070
sito: www.elicharter.com

FINANZA D'IMPRESA

a cura di:



Un test sulla propensione all'internazionalizzazione

In un mondo sempre più globale, per le piccole e medie imprese italiane l'internazionalizzazione diventa, più che una risorsa, una necessità. Le nostre imprese oggi, a seguito di numerosi cambiamenti di carattere politico, economico e normativo, si trovano pienamente esposte alla concorrenza internazionale.

Il rapporto ICE (Istituto nazionale per il commercio con l'estero) segnala che a partire dal 1998 l'apertura internazionale delle imprese italiane è andata crescendo. L'internazionalizzazione produttiva ha raggiunto nel corso degli ultimi anni dimensioni rilevanti per l'Italia, anche se, confrontando i numeri con quelli registrati dai Paesi dell'Ue, emerge che esistono ancora margini di miglioramento del grado di penetrazione dei mercati esteri da parte delle nostre imprese. Tale "ritardo" è certamente ascrivibile alla peculiarità del modello imprenditoriale italiano caratterizzato da aziende di piccola e piccolissima dimensione, spesso a capitale e gestione familiare e nella maggior parte dei casi localizzate in un distretto industriale.

Il termine internazionalizzazione, o apertura internazionale, richiama diverse realtà; per esempio, si internazionalizza l'azienda che esternalizza una o più fasi produttive ricorrendo ad un fornitore estero, ma anche quella che decide di chiudere il proprio stabilimento in Italia per trasferirsi all'estero e sfruttare la disponibilità di manodopera a basso costo, oppure ancora quella che esporta tramite partner commerciali italiani o esteri. AICIB (Associazione Italiana Corporate & Investment Banking - Università Cattolica del Sacro Cuore di Milano) ha predisposto un test sull'internazionalizzazione delle imprese, che viene reso disponibile gratuitamente online sul sito www.analisiaziendale.it gra-

zie alla collaborazione con Confidi Emilia-Romagna Servizi srl, società costituita dai consorzi fidi della regione Cofiter, Coop.E.R. Fidi e Fidindustria. Il test vuole definire quanto l'impresa è informata sul tema dell'internazionalizzazione, con particolare riferimento ai prodotti, ai servizi ed ai soggetti preposti al supporto di tali iniziative. Questo perché si ritiene che la piccola e media impresa possa sfruttare appieno le opportunità offerte dall'internazionalizzazione rivolgendosi ad un soggetto competente (sia esso la Camera di Commercio, la banca, o il proprio consulente di fiducia) che la "accompagni" nelle diverse fasi di predisposizione e realizzazione del progetto.

Come per tutte le autovalutazioni, è importante che la stima della propria posizione sia effettuata direttamente dalle imprese ancora prima che dai propri consulenti, perché questa autovalutazione può consentire una dialettica molto più efficace e collaborativa con tutti gli stakeholders. Per effettuare il test è sufficiente registrarsi (gratuitamente) sul sito www.analisiaziendale.it, accedere all'area riservata e personale e cliccare sul link "Test sulla propensione all'internazionalizzazione". Dopo aver risposto ad alcune domande, l'impresa potrà ottenere un profilo descrittivo della propria situazione, con alcuni utili suggerimenti. I profili sono di due tipologie, in base al fatto che l'impresa abbia o non abbia internazionalizzato e il risultato finale del test è riassunto anche da un'immagine che riproduce un semaforo di diverso colore (rosso, giallo o verde).

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

Pubb



ENTERPRISE EUROPE NETWORK A SOSTEGNO DELLE PMI Presentata il 14 marzo a Roma la nuova rete degli sportelli territoriali

Dalle consulenze tecniche alle informazioni sui programmi europei, dall'accesso ai nuovi mercati agli investimenti su innovazione e ricerca. E' un sostegno a 360 gradi quello che arriva dalla nuova rete "Enterprise Europe Network" lanciata recentemente dalla Commissione europea, e presentata il 14 marzo a Roma in occasione del convegno nazionale promosso dalla Rappresentanza in Italia della Commissione europea e dalle reti d'informazione dell'Ue (Enterprise Europe Network, Europe Direct, SOLVIT e ECC-NET). L'evento, che si è svolto nella sede di Unioncamere, fa parte del piano di comunicazione e d'informazione 2007-2008 "Un mercato unico europeo per tutti", finalizzato a rafforzare la conoscenza dei benefici del mercato unico e delle sfide future. I destinatari del piano d'azione – sostenuto dalla Rappresentanza in Italia – sono appunto i cittadini-consumatori e le piccole e medie imprese che, con il lancio della nuova rete, disporranno di uno strumento prezioso per competere a livello internazionale.

Pronta a decollare in 40 paesi, la nuova rete Enterprise Europe Network è costituita, infatti, da oltre 500 organizzazioni, tra Camere di commercio e centri tecnologici universitari, in cui sono

impiegati 4000 esperti che rispondono prontamente alle questioni e alle problematiche poste dalle PMI. "Vogliamo rendere più competitive le nostre aziende – ha spiegato durante la tavola rotonda Maive Rute, capo della direzione generale della Commissione europea – fornendo tutte le informazioni possibili sull'accesso alle opportunità ai finanziamenti comunitari". Il progetto, infatti, sposa pienamente gli obiettivi della strategia di Lisbona stimolando la capacità d'innovazione delle aziende. "No wrong door" è lo slogan che esprime pienamente il senso del nuovo servizio che indirizzerà le aziende verso le "porte giuste". "Le imprese che busseranno ai nostri sportelli – ha sottolineato Giuseppe Tripoli, segretario generale Unioncamere italiana – saranno guidate verso la struttura più adeguata a soddisfare le loro richieste. Questo servizio sarà possibile grazie al fatto che tutti gli sportelli sono in rete e in contatto l'uno con l'altro". In Italia sono 66 gli uffici già operativi suddivisi in 5 consorzi raggruppati per aree geografiche. Simpler è il consorzio che opera in Emilia-Romagna con sportelli presenti presso le Camere di commercio, Unioncamere regionale, Eurosportello di Ravenna ed Aster.

Notizie dall'Unione Europea

AIUTI DI STATO PER PROMUOVERE L'IMPIEGO DEL BIODIESEL

La Commissione Europea ha autorizzato l'istituzione in Italia di uno sgravio fiscale volto a favorire la produzione e l'impiego di biodiesel.

La misura modifica e proroga un regime approvato in precedenza e introduce un obbligo di fornitura di biocarburanti. Lo sgravio fiscale proposto si applicherà soltanto ad una percentuale del biodiesel immesso e coprirà soltanto una parte della differenza dei costi di produzione senza sovracompensazioni per i fornitori. E' stato considerato compatibile con il mercato unico. Si tratta di un nuovo passo verso la realizzazione degli obiettivi UE relativi all'impiego delle energie rinnovabili nel settore dei trasporti".

Tutti i produttori di biodiesel dell'UE possono partecipare al programma e beneficiare della riduzione d'accisa, ma in una misura proporzionale alla produzione effettiva, cosicché soltanto una percentuale del biodiesel prodotto da ciascun produttore beneficerà dello sgravio fiscale. L'importo dello sgravio complessiva per il periodo 2007-2010, è pari a 384 milioni di euro. Dal 1° gennaio le autorità italiane hanno,

inoltre, introdotto un obbligo di fornitura di biocarburanti pari al 2% della produzione dell'anno precedente per ciascun fornitore di carburanti, presente sul mercato italiano. La misura è tesa a facilitare la transizione verso un regime, in cui vi sarà soltanto l'obbligo di fornitura.

AUMENTANO LE QUOTE LATTE (+2%)

I ministri europei dell'Agricoltura hanno approvato il 17 marzo la proposta presentata dalla Commissione europea di aumento del 2% delle quote latte, a partire dal 1° aprile 2008, per far fronte alla domanda crescente di prodotti lattiero-caseari all'interno dell'Unione Europea e sui mercati mondiali.

L'aumento, per un totale di 2,84 milioni di tonnellate, sarà ripartito in eguale misura tra i 27 Stati membri, (per l'Italia sono state proposte 10.740.661 tonnellate). La decisione è in linea con il riesame del mercato del comparto lattiero-caseario per il quale la Commissione ha proposto un graduale incremento delle quote fino al 31 marzo 2015, data della loro scadenza definitiva. Le prospettive, infatti, sono favorevoli per quanto riguarda la domanda e i prezzi sul mercato mondiale anche tra il 2007 e il 2014.

Rif.: http://ec.europa.eu/agriculture/markets/milk/index_en.htm

Bandi comunitari e appuntamenti

INVITO A PRESENTARE PROPOSTE PER IL PROGRAMMA ENERGIA INTELLIGENTE

L'Agenzia esecutiva per la competitività e l'innovazione (EACI) pubblica un invito a presentare proposte nell'ambito del Programma europeo "Energia Intelligente per l'Europa" (incoraggiare l'efficienza energetica e l'uso razionale delle risorse; promuovere le fonti d'energie nuove e rinnovabili e incoraggiare la diversificazione in materia; promuovere l'efficienza energetica e l'uso di fonti nuove e rinnovabili nei trasporti). Il bando intende finanziare azioni nei settori dell'efficienza energetica e dell'uso razionale dell'energia (SAVE), delle fonti di energia nuove e rinnovabili (ALTERNER) e dell'energia nei trasporti (STEER) e iniziative integrate. Il finanziamento comunitario coprirà fino all'75% dei costi ammissibili.

La scadenza per la presentazione delle proposte è il 26 giugno 2008. I progetti dovranno comprendere almeno tre partner da tre differenti Paesi eligibili. Il contributo massimo è di 2,5 milioni di euro per tre anni di attività.

Rif.: http://ec.europa.eu/energy/intelligent/call_for_proposals/index_en.htm



PROGRAMMA D'AZIONE COMUNITARIO IN MATERIA DI SANITÀ PUBBLICA (2008-2013)

Invito a presentare candidature per il progetto «Salute 2008». Il programma integra, sostiene e aggiunge valore alla politica degli Stati membri e contribuisce a una maggiore solidarietà e prosperità nell'Unione europea tutelando e promuovendo la salute e la sicurezza umane nonché migliorando la sanità pubblica. In particolare gli obiettivi da perseguire sono: migliorare la sicurezza sanitaria dei cittadini; promuovere la salute, anche riducendo le disparità sanitarie; generare e diffondere informazioni e conoscenze sulla salute. L'ammontare complessivo per il bando è di € 28.541.003. Il contributo comunitario copre fino a un massimo del 60% dei costi totali ammissibili del progetto. In situazioni eccezionali il contributo potrà essere aumentato fino all'80%.

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

PROGRAMMA MEDIA 2007. AIUTI PER SVILUPPO, DISTRUZIONE, PROMOZIONE E FORMAZIONE

L'invito a presentare proposte rientra nello sviluppo del programma pluriennale unico per azioni comunitarie nel settore audiovisivo per il periodo 2007-2013.

Azioni da realizzare: il miglioramento della formazione professionale dei professionisti del settore audiovisivo al fine di acquisire le competenze necessarie per creare prodotti competitivi sui mercati europeo e internazionali, nei settori: applicazione delle nuove tecnologie digitali, per la produzione e distribuzione di programmi audiovisivi; gestione economica, finanziaria e commerciale, compreso il quadro giuridico; tecniche di scrittura di sceneggiature. I candidati devono essere: scuole di cinema e di televisione; università; enti per la formazione professionale; imprese private, organizzazioni e associazioni dell'industria audiovisiva. La dotazione complessiva è € 6.200.000 e il sostegno finanziario per proposta non può superare il 50-60 % del totale dei costi eligibili. Le richieste devono essere inviate all'Agenzia esecutiva (EACEA) entro e non oltre il 13 maggio 2008.

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

Finanziamenti alle imprese

FINANZIAMENTI AGEVOLATI SU FONCOOPER PER GLI INVESTI- MENTI DI IMPRESE COOPERATIVE

La Regione sostiene gli investimenti delle imprese cooperative mediante finanziamenti

agevolati offerti al sistema cooperativo a valere sul fondo di rotazione FONCOOPER. L'intervento è rivolto alle società cooperative, escluse quelle di abitazione, rientranti nei limiti dimensionali previsti dal Ministero per le PMI. Attraverso FONCOOPER, gestito da Unicredit Banca Spa, la Regione concede finanziamenti agevolati per la realizzazione di progetti finalizzati all'aumento della produttività o dell'occupazione, alla valorizzazione dei prodotti, alla razionalizzazione del settore distributivo, alla realizzazione o acquisto di impianti nel settore della produzione e della distribuzione del turismo e dei servizi, alla ristrutturazione e riconversione degli impianti. Sono ammissibili, al netto di IVA, le spese successive alla domanda e relative: all'acquisizione di aree e/o fabbricati; all'esecuzione di opere murarie; all'acquisto, ammodernamento e ristrutturazione di macchinari, attrezzature e impianti ivi compresi automezzi targati e natanti.

Il finanziamento concesso non può superare il limite del 70% dell'ammontare totale delle spese ammissibili e, in ogni caso, non può essere superiore a € 2.000.000,00. Le imprese dovranno partecipare alla copertura degli investimenti in misura non inferiore al 25% degli investimenti stessi.

Rif.: http://www.ermesimprese.it/wcm/ermesimpres/e/finanziamenti/Cooperazione/misura_2_2c.htm

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



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

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

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

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

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

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

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

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

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

Pubb

Pubb