

ECONERRE

DICEMBRE
2008

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

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



Primo piano

Il turismo tiene
L'Italia un po' meno

"L'innovazione resta la via maestra"

Sul tavolo un accordo tra Regione, Unioncamere e banche per garantire liquidità alle imprese. La crisi si fa sentire anche in Emilia-Romagna. "Ma sarebbe un errore tirare i remi in barca"



Indagine

Presentato il rapporto
sull'economia regionale

Scenari

Monitor dei distretti
Luci e ombre sul 2008

Agroalimentare

Distretto del prosciutto
Volano per lo sviluppo

Settori

Appennino protagonista
della stagione "bianca"

Pubb

“Insieme per scongiurare la stretta creditizia”

Unioncamere, Regione, banche e associazioni: una strategia comune per affrontare la crisi



* Presidente
Unioncamere Emilia-Romagna

di Andrea Zanlari*

Sappiamo tutti come all'origine dell'attuale crisi, che si sta manifestando con velocità e intensità non prevedibili, vi sia la proliferazione incontrollata di strumenti finanziari che hanno alterato il corretto funzionamento dei meccanismi di creazione della ricchezza. A fronte della globalizzazione dei mercati finanziari, la crisi partita a Wall Street è diventata una crisi di sistema. Le difficoltà delle banche, soprattutto quelle con i livelli di patrimonializzazione più bassi, hanno cominciato a trasferire i loro effetti sull'economia reale. Le imprese e le famiglie rischiano di farne le spese: i finanziamenti si stanno riducendo, le banche tendono a tenersi la liquidità per risolvere i loro problemi. Se le banche non trasferiscono denaro al settore produttivo, si alimenta la tendenza all'avvitamento dell'economia: la domanda interna, sia sul fronte degli investimenti che dei consumi, tende ad abbassarsi ulteriormente.

Anche in Emilia-Romagna si cominciano ad avvertire i primi riflessi negativi di questa situazione. Per farvi fronte, nell'ultimo periodo, Unioncamere regionale ha partecipato ai tavoli attivati dalla Regione con le istituzioni, i Confidi, le associazioni di rappresentanza delle imprese per un confronto sulle azioni da intraprendere, coinvolgendo Abi e banche, in modo da allontanare i rischi di una stretta creditizia.

Le Camere di commercio hanno messo a disposizione le risorse ancora disponibili nei bilanci 2008, in aggiunta agli stanziamenti ordinari, e hanno aggiornato le priorità dei programmi di attività promozionale per il 2009 per supportare più incisivamente le imprese, sempre attraverso il sistema dei Confidi.

Sono iniziative importanti che possono accorciare la durata della fase

recessiva. Ad azioni di impatto immediato per contrastare le criticità più evidenti e urgenti – difficoltà di accesso al credito delle imprese e perdita di potere d'acquisto delle famiglie – vanno affiancati interventi di più lungo periodo. Dobbiamo infatti essere consapevoli quanto le scelte di oggi costituiscano le condizioni per la ripresa di domani e come, inoltre, il tramonto di un modello di sviluppo troppo incentrato su una finanza “creativa” e non regolata a dovere restituisca centralità all'economia reale.

L'analisi del “chi siamo oggi”, in altre parole la nostra identità attuale, ci restituisce l'immagine di una regione che, come tutte le economie avanzate, sta attraversando una difficile fase congiunturale, ma, come conferma il Rapporto realizzato da Unioncamere e Regione, riesce ancora a spuntare per il 2008 un risultato migliore di quello del Paese, desumibile da alcuni numeri “economico-sociali”: il prodotto interno lordo è l'unico con un segno positivo dello 0,1%,

rispetto a un calo generalizzato; per il commercio con l'estero l'Emilia-Romagna è la seconda regione esportatrice d'Italia, l'occupazione è in linea con gli obiettivi di Lisbona, la disoccupazione è su livelli fisiologici. Altri aspetti connotano in positivo la nostra regione: un numero rilevante di imprese eccellenti, una spiccata propensione a operare in una logica di rete, produzioni di qualità, capacità innovativa, un efficiente sistema di welfare.

È dai nostri punti di forza che discende il “chi vogliamo essere domani”; è su di essi che si giocano i tempi e l'intensità della ripresa, la quale non potrà essere attesa passivamente, ma dovrà essere costruita. I numeri del Rapporto individuano nell'innovazione e nella qualità il motore dello sviluppo. Ed è su questi aspetti che il sistema delle Camere di commercio si sta muovendo, in stretta collaborazione con la Regione, gli Enti locali, il mondo associativo e delle rappresentanze■

Dalle misure urgenti per risollevare imprese e famiglie alle strategie di lungo periodo

Pubb



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

Anno XIV - n. 12
Dicembre 2008
Fuori commercio

Direttore responsabile
Andrea Zanlari

Coordinamento editoriale
Roberto Franchini (vicedirettore)
Ugo Girardi
Morena Diazzi

Coordinamento redazionale
Contesto srl
Barbara Galzigna
Giuseppe Sangiorgi

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

Foto Meridiana Immagini
Paolo Righi, Andrea Samaritani
e Elisa Pozzo

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

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

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

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

In copertina
foto di Meridiana Immagini

SOMMARIO

1 EDITORIALE

"Insieme per scongiurare
la stretta creditizia"

DI ANDREA ZANLARI

4 IN BREVE

6 VANNO E VENGONO

8 PRIMO PIANO

Il turismo tiene
L'Italia un po' meno

DI NATASCIA RONCHETTI

12 FOCUS

Una boccata d'ossigeno
per il mondo produttivo

DI SILVIA SARACINO

16 Risorse per turismo, commercio e servizi

DI THOMAS FOSCHINI

17 INDAGINE

Presentato il rapporto
sull'economia regionale

DI ENRICO VINCENZI

20 SVILUPPO

Un anno di Por Fesr
Ecco un primo bilancio

DI SILVIA SARACINO

22 Formazione, si comincia dai poli tecnici

DI VERONICA CIPRIANO

24 CAMERE

Un salto di qualità
per l'economia reggiana

DI GIUSEPPE SANGIORGI

26 SCENARI

Monitor dei distretti
Luci e ombre sul 2008

DI NATASCIA RONCHETTI

QUADERNI&DOCUMENTI

Imprenditoria femminile

30 INNOVAZIONE

Rimini, quale futuro
per la piccola industria

DI RICCARDO BELOTTI

32 SETTORI

Chi pagherà la crisi
dell'automotive

DI ANTONELLA CARDONE

36 ENERGIA

Cresce il fotovoltaico
lungo la via Emilia

DI DARIO AQUARO

40 TURISMO

Appennino protagonista
della stagione "bianca"

DI NATASCIA RONCHETTI

42 AGROALIMENTARE

Distretto del prosciutto
Volano per lo sviluppo

DI GIUSEPPE SANGIORGI

43 CINQUE DOMANDE

Ad Andrea Zanlari

DI GIUSEPPE SANGIORGI

44 EVENTI

Gastronomia eccellente
in scena a "Deliziando"

DI GIUSEPPE SANGIORGI

46 STORIE

Vicini, dalla Romagna
le scarpe dei Vip

DI ROSSELLA PRESSI

48 AZIENDE

L'innovazione paga
Parola di Datalogic

DI NICOLETTA CANAZZA

51 Da Forlì a Pechino con i materassi Dorelan

DI ELENA TURRINI

55 FLASH EUROPA

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

■ **Tecnologia**
Novità
per il portale
Unioncamere

Dal 23 dicembre 2008 il portale ufficiale di Unioncamere Emilia-Romagna ha cambiato veste grafica. Il portale è stato realizzato con uno dei sistemi di gestione dei contenuti (Cms - Content Management System) più all'avanguardia, ovvero Plone (www.plone.org). Ciò comporta una gestione del sito che tiene in considerazione i parametri delle norme internazionali sull'accessibilità e l'usabilità ed è stato accuratamente personalizzato per essere conforme ai 22 requisiti tecnici richiesti dalla legge n. 4 del 9 gennaio 2004 (la cosiddetta "Legge Stanca"). In particolare, i contenuti sono accessibili anche alle persone ipovedenti.



I riconoscimenti a personalità di spicco dell'economia locale
Premi al lavoro a Piacenza e Forlì-Cesena

Nella Cappella Ducale di Palazzo Farnese, a Piacenza, si è svolta la cerimonia conclusiva del Premio "Fedeltà al lavoro e progresso economico" che è andato a 39 tra imprenditori e dipendenti di aziende della provincia. Otto le

imprese (Barabaschi Costruzioni, Bordi Carlo, Casella macchine agricole, Centro riparazioni piacentino, Elin elettronica industriale, Quattoli Giacomo costruzioni edili, Saib società agglomerati industriali, Bosi, Torrefazione Musetti) che sono state invece segnalate per la prima edizione del Premio "Piacenza produttiva", che intende valorizzare le aziende innovative, di accertata solidità economica e che operano sul territorio da almeno 30 anni. Consegnati importanti riconoscimenti anche alla Camera di commercio di Forlì-Cesena. L'ente guidato da Tiziano Alessandrini ha premiato 18 lavoratori e 26 imprese, e consegnato cinque "Premi al Merito" a personalità di spicco del sistema imprenditoriale, culturale e sociale. Si tratta di Sergio Mazzi, per 16 anni presidente della Camera di commercio; "Sorma spa", azienda cesenate dell'ortofrutta; Michele Minisci, fondatore del "Naima Jazz Club"; Massimo Foschi, libraio ed editore; Cantina sociale Forlì-Predappio, che ha festeggiato il centesimo anniversario. Il Premio "Leonardo Melandri" è andato invece a Sauro Succi, dirigente di ricerca all'Istituto applicazioni del calcolo "Mauro-Picone" del Cnr di Roma.

Ferrara: omaggio ai protagonisti
Giornata della
Riconoscenza

A Ferrara, organizzata dalla Camera di commercio, si è svolta la Giornata della Riconoscenza Provinciale 2008 nel corso della quale la città ha reso omaggio a persone, associazioni e aziende distinte nello sviluppo del territorio. Premiato con il prestigioso "San Giorgio" Paolo Bruni, presidente del Gruppo Apo Conerpo e di Confcooperative Ferrara (foto a lato). Altri premi sono andati a Luisa Carrà Borgatti, per 25 anni presidente del Comitato Ferrarese della "Dante Alighieri" (Premio "Alberto d'Este"), a Coferasta per l'iniziativa locale (Riconoscimento "Alessandro Masi e Gaetano Recchi"), alla cooperativa sociale La Casona ("Beato Giovanni Tavelli") e a Ge Plan Consulting ("Giovane imprenditore", in memoria di Romeo Sgarbanti). Altri riconoscimenti camerali a Mantovani e Vicentini, Fb, Api Com, Clara Gamberini, e speciali a Gian Pietro Caldi, Global Impianti, La Latteria, Bruno Morelli e Fulvia Sisti.



■ **ORTOFRUTTA**
UN 2009 RICCO
DI PROSPETTIVE
PER MACFRUT

Macfrut, la rassegna internazionale che da 25 anni si tiene a Cesena, e che rappresenta il più importante evento fieristico dell'Europa mediterranea dedicato all'intera filiera ortofrutticola, cambia data. Nel 2009 si svolgerà dal 7 al 9 ottobre. "Confermando la centralità di Macfrut come fiera di sistema - sottolinea Domenico Scarpellini, presidente di Cesena Fiera - è emersa l'opportunità

di una collocazione tra chiusura della campagna estiva e inizio di quella autunnale. Il cambiamento rientra in una strategia di internazionalizzazione di Macfrut come sistema Italia e come baricentro produttivo e logistico dell'Europa". Macfrut ha instaurato un rapporto di collaborazione con il Cso, tra i soci fondatori della Mediterranean Fruit Company, e ha creato Macfrut International. Nel piano di promozione di Macfrut 2009, si sono svolte due missioni ad Agadir, in Marocco, per il Sifela

Maroc, e ad Almeria in Spagna, per l'Expo Agro.

■ **BOLOGNA**
MARPOSS
FA SHOPPING
IN GERMANIA

La Marposs, azienda bolognese leader nella fornitura di apparecchiature di misura elettronica (2.200 dipendenti in 80 sedi in 22 Paesi nel mondo), ha acquisito il controllo di Artis GmbH, azienda tedesca di Bispingen (Amburgo) che sviluppa, produce e fornisce soluzioni per

il monitoraggio della macchina utensile. Fondata nel 1983, Artis produce una gamma di strumenti in-process, sistemi di monitoraggio per il processo e il controllo di macchina, principalmente per applicazioni su macchine ad asportazione di truciolo: i suoi prodotti sono usati principalmente dai costruttori di macchine utensili nell'industria aerospaziale, automobilistica e in quella dei beni strumentali di tutto il mondo. Artis vende in 25 Paesi e vanta più di 15mila sistemi installati.



■ **BANCHE**
IL GRUPPO CARIFE
CRESCIE
IN ROMAGNA

In occasione dell'assemblea dei soci sono stati nominati i nuovi organi della Banca di Credito e di Risparmio di Romagna, realtà creditizia con sede centrale a Forlì entrata ufficialmente nel Gruppo Cassa di Risparmio di Ferrara nell'ottobre scorso. Presidente è stato nominato Teodorico Nanni, già all'interno del cda di Carife. Gli altri consiglieri sono Gennaro Murolo, Giuseppe Ucci, Corradino Merli ed Ettore Donini. Come direttore generale è stato

Premi

Gianluca Sghedoni imprenditore dell'anno 2008

Gian Luca Sghedoni, amministratore delegato di Kerakoll, leader mondiale del settore della chimica per l'edilizia, per la seconda volta, è risultato vincitore nazionale del Premio Ernst & Young come Imprenditore dell'Anno.

Alcuni prestigiosi riconoscimenti sono stati assegnati ad altri imprenditori dell'Emilia-Romagna: Alberto Chiesi, presidente di Chiesi Farmaceutici spa (Parma), premiato nella categoria Global; Giovanni Burani, ad di Mariella Burani Fashion Group spa (Cavriago, Re) e Marco Palmieri, presidente e amministratore delegato di Piquadro spa (Silla di Gaggio Montano, Bo), nella categoria Finance.



Sghedoni rappresenterà l'Italia all'edizione internazionale, il World Entrepreneur of the Year 2009 a Montecarlo, dove i vincitori nazionali dei 49 Paesi in cui Ernst & Young promuove il Premio concorreranno per il riconoscimento di miglior imprenditore a livello mondiale.



L'iniziativa di Europortello, Consorzio Export Nautico e Ice La nautica ravennate sbarca in Brasile

L'Europortello della Camera di commercio di Ravenna e il Consorzio Export Nautico di Ravenna hanno organizzato e coordinato, in collaborazione con l'Istituto per il Commercio con l'Estero, una missione nazionale in Brasile di 11 aziende appartenenti alla filiera della nautica. Si trattava di Catef, Cclg, Cel Components, Consorzio Export Nautico, Faraoni, Fasteners Pelosato, Il Massello, Palagi, Quick, Trem e Razeto. Le aziende sono alcune tra le principali produttrici di accessori, componenti e tecnologie per la nautica, e hanno partecipato al progetto con l'obiettivo di rappresentare la filiera nazionale del settore in un'ottica di valorizzazione del Made in Italy nautico nel mondo. La missione ha toccato in una settimana tutte le principali aree di sviluppo del mercato nautico in Brasile, quelle del sud est del Paese: l'area costiera dello Stato di San Paolo, di Rio de Janeiro e di Santa Caterina. Il Brasile è il principale mercato latinoamericano della nautica con grandi potenzialità di espansione, grazie alla presenza di oltre 150 cantieri nautici, 650 marine e circa 9.000 km di costa. Qualità, design, tecnologia e modelli diversificati sono i punti di forza che hanno consentito alle aziende italiane di allacciare contatti con circa 100 operatori tra importatori, distributori, studi tecnici e rappresentanti di cantieri brasiliani nel corso degli incontri bilaterali organizzati a San Paolo del Brasile, Florianopolis e nella marina di Angra dos Reis, nei pressi di Rio de Janeiro. Durante la missione è stato visitato anche il cantiere nautico Spirit Ferretti che produce a San Paolo grandi imbarcazioni offshore su licenza della prestigiosa azienda romagnola. L'evento fa parte dell'iniziativa NauticaMedWorld, appuntamento internazionale per gli operatori del settore che si svolge ogni anno a Ravenna e che tornerà con la sua sesta edizione nella primavera del 2009.

mericano della nautica con grandi potenzialità di espansione, grazie alla presenza di oltre 150 cantieri nautici, 650 marine e circa 9.000 km di costa. Qualità, design, tecnologia e modelli diversificati sono i punti di forza che hanno consentito alle aziende italiane di allacciare contatti con circa 100 operatori tra importatori, distributori, studi tecnici e rappresentanti di cantieri brasiliani nel corso degli incontri bilaterali organizzati a San Paolo del Brasile, Florianopolis e nella marina di Angra dos Reis, nei pressi di Rio de Janeiro. Durante la missione è stato visitato anche il cantiere nautico Spirit Ferretti che produce a San Paolo grandi imbarcazioni offshore su licenza della prestigiosa azienda romagnola. L'evento fa parte dell'iniziativa NauticaMedWorld, appuntamento internazionale per gli operatori del settore che si svolge ogni anno a Ravenna e che tornerà con la sua sesta edizione nella primavera del 2009.

chiamato Fabrizio Begnardi, che vanta una pluriennale esperienza bancaria, in Carife dal 2005 con l'incarico di vicedirettore generale di Carife Sim. La Bcrr sarà la "banca di riferimento" delle imprese operanti nel territorio della provincia di Forlì-Cesena. Si rafforza così sul territorio romagnolo il Gruppo Carife costituito da istituti di credito a vocazione locale, con un complesso di mezzi amministrati che supera i 15 miliardi di euro e una rete di 157 sportelli distribuiti su 23 province italiane.

■ COSTRUZIONI MANUTENCOOP SI AGGIUDICA PIRELLI RE

Manutencoop Facility Management spa (Mfm) – capofila del Gruppo attivo nell'erogazione di servizi integrati riguardanti immobili, territorio e supporto dell'attività sanitaria con sede a Zola Predosa (Bo) – ha perfezionato l'acquisizione del 100% del capitale di Pirelli RE Integrated Facility Management BV, capogruppo di società specializzate nel settore dei servizi di facility e project manage-

ment. Il closing dell'operazione fa di Mfm il primo operatore italiano del settore. La società acquisita assumerà la denominazione di Integra spa – Integrated Facility Management.

■ REGGIO EMILIA INTERPUMP, CONTINUANO LE ACQUISIZIONI

La reggiana Interpump si rafforza ulteriormente nel settore oleodinamico. Dopo le acquisizioni di Contarini, Cover, Modenflex, e Oleodinamica Panni, il Gruppo Interpump prosegue nello

shopping con HS Penta, azienda di Faenza, tra i principali player italiani ed europei nella produzione e vendita dei cilindri frontali e sotto cassa, di cui ha acquisito il 70% delle azioni.

■ IMPRESA CONCLUSA L'EDIZIONE 2008 DI START CUP

BeFair per la sezione Bologna-Progettando, Skanergia per la categoria Imola, e ProArt per il Premio speciale Nanotech sono i progetti d'impresa che si sono aggiudicati l'edizione



2008 di Start Cup, la business plan competition che, nelle nove edizioni svolte, ha coinvolto 2.700 partecipanti e aiutato a nascere 34 nuove imprese. Promossa dall'università, dalla Provincia di Bologna e dal Centro Innovami di Imola, grazie al contributo di Carisbo, l'edizione 2008 di Start Cup ha visto concorrere 20 idee di impresa.





COOPERAZIONE

Zini alla presidenza di Legacoop Lavoro

Il numero uno della Cmb (Cooperativa muratori e braccianti) di Carpi, **Carlo Zini**, modenese, è stato chiamato al vertice di Ancpl-Legacoop, l'Associazione nazionale cooperative di produzione lavoro. Già membro della presidenza di Legacoop Modena e della direzione nazionale di Legacoop, Zini ha raccolto il testimone dal romagnolo Franco Buzzi, da diciotto anni alla presidenza dell'Ancpl-Legacoop, che tutela gli interessi di 857 cooperative e 6 consorzi, con 37mila occupati (di cui 24mila soci lavoratori) e un volume di affari di 10.500 milioni di euro.

Al vertice dell'associazione provinciale dei giovani cooperatori di Confcooperative Ravenna è andato invece Marco Balducci, socio della cooperativa "In Cammino", presidente di Astrea e consigliere del gruppo Cofra. A Imola, Bruna Bagnaresi è stata chiamata a guidare Unicoop.



ARTIGIANATO

Rondinelli a Ravenna Granelli a Parma

Daniele Rondinelli, che succede a Gianserafino Mammini, è il nuovo presidente provinciale di **Confartigianato** Ravenna. Nelle tre sezioni sul territorio, conferme per Laura Sughì (Lugo) e Giuseppe Neri (Faenza), mentre a Ravenna è stato chiamato Mauro Ghetti.

A Parma, **Marco Granelli** è stato confermato alla presidenza di Confartigianato Imprese Apla di Parma. Due i vicepresidenti:

Leonardo Cassinelli (vicario) ed Enrico Bricca. A Modena, è **Roberto Ferrari** il nuovo presidente della Federazione Edili di Lapam Federimpresa. Succede al dimissionario Danilo Giunzioni.



API

Carretti alla guida di Unionapi Emilia-Romagna

È **Alfeo Carretti** il nuovo presidente dell'Unionapi Emilia-Romagna, la struttura regionale del sistema Api che associa oltre 2.600 imprese con circa 50mila dipendenti. Già consigliere Unionapi dal 1992, Carretti è stato presidente dell'Api Reggio Emilia e del Gruppo Giovani Api reggiana. Per sette anni è stato vicepresidente Confapi (Confederazione nazionale delle piccole e medie imprese). Attualmente è componente della Giunta esecutiva Api Reggio Emilia con delega alla Struttura. Carretti è vicepresidente della Atlantic Man srl, di Castelnuovo Di Sotto (Reggio Emilia), che produce macchine per orto floro vivaismo (20 dipendenti, fatturato 3,5 milioni di euro). Nei prossimi tre anni, Carretti sarà affiancato da quattro vicepresidenti, tutti al vertice di quattro realtà provinciali: si tratta di Bruno Bargellini (presidente Api Rimini), Gian Paolo Fagioli (Apindustria Parma), Dino Piacentini (Apmi Modena) e Cristina Carbognani (Api Reggio), la quale ha ricevuto da poco, dalla Giunta nazionale di Confapi, la delega all'internazionalizzazione delle imprese e ai rapporti con le istituzioni che si occupano di export e gli enti e organismi comunitari, nonché al coordinamento dell'attività di Confapi Export. A Reggio Emilia, è stato nominato il nuovo direttore di Api: è Michela Santi.

TURISMO

Due ferraresi ai vertici nazionali

Mario Resca, ferrarese con una lunga esperienza manageriale alle spalle (gruppo Fiat e Mc Donald's Italia tra le altre), Cavaliere del Lavoro, è stato chiamato dal ministro dei Beni Culturali Sandro Bondi a dirigere la nuova struttura che si occuperà della gestione e sviluppo dei musei. **Chiara Ronchi**, imprenditrice turistica, titolare della società di guide turistiche "Itinerando" e direttrice di "Iniziativa Turistiche" - che dal 2001 organizza la Borsa del turismo delle 100 città d'arte - è stata rieletta alla presidenza della Federagit, la Federazione nazionale delle guide turistiche, che coinvolge 8mila persone.

FIERE

Parma, nuovo direttore e amministratore delegato

Antonio Cellie è il nuovo amministratore delegato di Fiere Parma al posto di Roberto Ravazzoni che ha rinunciato alle deleghe, optando per l'insegnamento a tempo pieno nell'ateneo di Modena e Reggio Emilia. Laureato in Economia politica all'università di Bologna, Antonio Cellie opera nel campo del marketing e della comunicazione: dopo alcuni anni passati in agenzie pubblicitarie nazionali e multinazionali, dal 1995 si è dedicato alla consulenza e alla docenza nell'area del marketing management. La scelta interna al cda testimonia la volontà di continuità, indicata dalla proprietà che ha poi nominato come nuovo direttore generale **Domenico Lunghi**, selezionato attraverso un advisor del settore. Lunghi ha portato al successo manifestazioni fieristiche di primo piano prima di diventare direttore marketing e sviluppo strategico di Amsa-A2A.

FONDAZIONI



Per Gabriele Falciasecca conferma fino al 2013

È stato rinnovato il consiglio direttivo della Fondazione Guglielmo Marconi.

Alla presidenza è stato confermato **Gabriele Falciasecca**, che ricopre la carica dal 1997. La vicepresidenza è affidata al rettore dell'Ateneo, Pier Ugo Calzolari. A livello locale sono presenti rappresentanti del Comune di Bologna, della Provincia, nonché del mondo scientifico e imprenditoriale bolognese.



UNIVERSITÀ

Ilaria Manghi nominata all'Alma Graduate School

La squadra di Alma Graduate School si è rafforzata con la nomina di Ilaria Manghi a direttore della scuola per laureati costituita come consorzio tra università di Bologna, Fondazione Marconi, Fondazione Carisbo e Profingest Management School. Trentacinque anni, di Reggio Emilia, laureata in Ingegneria gestionale, Ilaria Manghi viene da una carriera aziendale: dal 2000 al 2007 è stata responsabile controllo e pianificazione del gruppo Ferretti, poi ha consolidato la propria esperienza in Ferrari ricoprendo il ruolo di controller in Ricerca & Sviluppo.

COFIM

Il testimone a Giuseppe Gelati

Il consiglio di amministrazione di Cofim – Confidi Modena (società cooperativa che associa le piccole e medie imprese e i loro consorzi che svolgono attività industriali o affini), che ha sede presso la Camera di commercio di Modena, ha nominato **Giuseppe Gelati**, titolare della Trascar Automazioni Industriali di Bomporto, come nuovo presidente in sostituzione del dimissionario Claudio Testi. Gelati è vicepresidente di Apmi Modena, che promuove Confim assieme a Confindustria Modena e Confindustria Ceramica.

INDUSTRIA

Cosa cambia a Ravenna, Modena e Reggio Emilia

Paolo Zama è stato eletto nuovo presidente della Piccola Industria in seno a Confindustria Ravenna. Con la nomina all'unanimità, Zama, titolare della Falc (premiata come azienda innovativa nella recente fiera internazionale Eima) torna a ricoprire anche l'incarico di vicepresidente dell'associazione degli industriali ravennate. La Piccola Industria, che ha scelto come vicepresidente Roberto Berardo (Compagnia Progetti), conta 257 aziende su un totale di 461 iscritte a Confindustria. A Modena, **Davide Malagoli** è invece il nuovo presidente dei Giovani imprenditori di Confindustria per tre anni, fino a dicembre 2011. Succede a Rossella Po, che lascia il vertice del Gruppo Giovani dopo due mandati durante i quali proprio Malagoli è stato vicepresidente. Malagoli è direttore dell'azienda di famiglia, la Lam di Spilamberto. La Lam, 33 dipendenti, produce tendine e botole di aerazione per veicoli industriali e veicoli speciali; fattura 7 milioni di euro di cui il 50% all'estero.



La Giunta dell'Associazione Industriali di Reggio Emilia, ha chiamato **Giacomo Ferretti** alla vicepresidenza con delega all'internazionalizzazione. Ferretti, imprenditore che guida il gruppo Emak, si affianca agli altri vice Emilio Benati, Savino Gazza, Mariacristina Gherpelli, Ugo Medici, Cristina Strozzi, e Giorgia Iasoni, tutti con specifiche deleghe. Sempre a Reggio Emilia, il Gruppo Terziario innovativo degli industriali ha eletto come presidente **Armando Sternieri**, che è al timone di Energiee3 srl ed Energiee4 srl, specializzate nell'outsourcing, e docente universitario.

In alto Paolo Zama, in basso Davide Malagoli

CAMERE

L'Eurosportello di Ravenna si rinnova

L'Azienda speciale Eurosportello della Camera di commercio di Ravenna ha rinnovato per il quinquennio 2008-2013 il proprio consiglio di amministrazione di nove componenti (tre provenienti dal Consiglio camerale, quattro indicati dalle associazioni di categoria, uno da Unioncamere Emilia-Romagna e uno dalla Provincia).

La Giunta camerale ha nominato **Natalino Gigante** come presidente e **Graziano Parenti** vicepresidente. Gli altri consiglieri: Mauro Basurto, Laura Bertella, Alessandro Curti, Giacomo Melandri, Daniela Mengoni, Gilberto Minguzzi, Luciano Tarozzi. Confermato il direttore Giovanni Casadei Monti.

Sempre a Ravenna, **Norberto Bezzi**, imprenditore del settore portuale e presidente dell'Associazione agenti marittimi e raccomandatori, è stato chiamato a presiedere la Commissione porto, trasporti e logistica della Camera di commercio. Come vice è stato indicato Luca Minardi.



BANCHE

Cavazzuti al comando di PattiChiari

Il bolognese **Filippo Cavazzuti**, presidente Carisbo, è stato chiamato alla guida del Consorzio PattiChiari, l'iniziativa nata su impulso dell'Abi per migliorare la trasparenza e le relazioni con la clientela dal parte del sistema bancario. A eleggerlo è stato il Consiglio direttivo del Consorzio formato, oltre che dall'ex commissario Consob, anche da Pietro Sella (ad di Banca Sella Holding), di recente nominato vicepresidente della nuova Banca Monte Parma (dopo l'ingresso di nuovi azionisti al fianco della Fondazione Monteparma). Novità anche per il direttore di Carisbo,

Giuseppe Feliziani, nominato responsabile delle direzioni regionali Emilia-Romagna, Marche, Abruzzo e Molise di Intesa San Paolo nel riassetto secondo il modello di "Banca dei Territori". In quest'ambito, Adriano Maestri è stato chiamato a una direzione regionale, lasciando a **Franco Dall'Armellina** il ruolo di direttore della Cassa di Risparmio di Forlì e della Romagna. Il ravennate **Antonio Patuelli**, presidente della Cassa di Risparmio di Ravenna, è entrato invece nel direttivo della Fondazione Einaudi per gli studi bancari.



COLDIRETTI

Conferme regionali, nuovi presidenti in provincia

Mauro Tonello, imprenditore agricolo di Codigoro (Fe), è stato riconfermato alla presidenza di Coldiretti Emilia-Romagna, che con 48mila aziende associate è la maggiore organizzazione di settore in regione. A livello provinciale, mentre a Piacenza è stato confermato Luigi Bisi, sono stati nominati nuovi presidenti a Reggio Emilia, dove **Marino Zani** è succeduto a Francesco Fontanili; a Modena, dove è stato scelto **Maurizio Gianaroli**; a Bologna, dove Antonio Ferro ha preso il posto di Gabriele Cristofori; a Ravenna, dove il brisighellese **Massimiliano Pederzoli** è subentrato al faentino Tiziano Melandri; infine a Rimini, dove **Giuseppe Salvioli**, imprenditore agricolo di Poggio Berni, ha raccolto il testimone di Melchiorre Pintus.

di Natascia Ronchetti



Nonostante la crisi, l'Emilia-Romagna continua a primeggiare, con 52 milioni di presenze

Il turismo tiene L'Italia un po' meno

A destra, il presidente della Regione Vasco Errani. Sotto, l'assessore regionale al Turismo Guido Pasi



Sotto accusa le politiche nazionali. Pasi: "Dallo Stato solo spiccioli"

Più infrastrutture, collegamenti tra gli scali aeroportuali e le stazioni, investimenti sulla qualità ambientale e sull'innovazione, sgravi fiscali per le imprese che investono. Tutto nel quadro di una politica nazionale che metta il turismo ai primi posti tra le leve su cui agire per lo sviluppo del Paese.

Gli operatori emiliano-romagnoli promuovono a pieni voti l'operato dell'assessorato regionale al Turismo e rilanciano, puntando il dito sulle politiche nazionali. È quanto emerso dalla Conferenza regionale sul turismo, che si è svolta a Riccione il 2 dicembre scorso. Un appuntamento al quale l'Emilia-Romagna si è presentata forte dei suoi numeri, con più di 4.500 alberghi, oltre 3mila strutture ricettive extralberghiere, 12mila esercizi pubblici, 1.800 stabilimenti balneari, 23 stazioni termali, 17 stazioni sciistiche, 10 città d'arte e 3 siti Unesco. Un sistema robusto, capace di metabo-

lizzare una lieve flessione di arrivi e presenze nel 2008 (meno 1,7% gli arrivi, meno 2,2% le presenze) senza intaccare di fatto i grandi numeri che è in grado di produrre: basti dire che secondo le stime la regione ha intercettato quasi 9 milioni di arrivi e più di 52 milioni di presenze, dopo un anno - il 2007 - nel quale aveva assorbito il 9% degli arrivi e il 10% delle presenze del totale nazionale, collocandosi ai primi posti in Italia per attrattività turistica.

Un risultato che si deve anche al forte impegno della Regione che in dieci anni, dal 1998 al 2008, ha investito per interventi infrastrutturali e strutturali nel settore turismo 340 milioni di euro, di cui 260 destinati agli enti pubblici e 80 a privati: risorse che si sono accompagnate alla dote di 200 milioni di euro per la promo commercializzazione, con i rifinanziamenti della legge regionale 7.

Tutto bene? Non proprio. È stato l'assessore al Turismo della Regione Guido Pasi, in piena sintonia con gli imprenditori emiliano-romagnoli, a chiamare direttamente in causa le politiche nazionali, indispensabi-

li, come ha sottolineato Pasi, per ridare respiro al turismo, anche a fronte di una crisi economica che si è già fatta sentire con le prime avvisaglie di contrazione dei consumi nel 2008 e che nel 2009 potrebbe determinare una ulteriore flessione delle presenze. "Servono strategie nazionali", ha spiegato Pasi. "Voglio ricordare che la sequenza dei trasferimenti dallo Stato alla nostra Regione sulla base dell'unica legge esistente parte, nel 2002, da poco meno di 19 milioni di euro e passa a zero dall'anno 2005, quando scompare il fondo nazionale che trasferiva i finanziamenti per il turismo. Da tre anni a questa parte sono rimasti solo spiccioli per i progetti interregionali. È vero che è stato rifinanziato l'Enit dal 2006. Ma non c'è paragone con quanto investono altri Stati, perfino l'Austria fa più di noi. Ma, quel che è peggio, è che non ci sono risorse e politiche strutturali. E invece il turismo ha bisogno di strade, di aerei, di alberghi, di operatori e personale, di urbanistica, di credito". Infrastrutture, accesso agevolato al



credito da parte delle imprese: essenziali per sostenere un settore che, da solo, genera un volume d'affari diretto di 12,5 miliardi di euro. Ma il sistema, come rilevato dagli stessi operatori, ha bisogno di forti politiche nazionali. "Occorre - sostiene il presidente regionale di Asshotel-Confesercenti Claudio Della Pasqua - che il turismo occupi un posto di primo piano nelle politiche economiche nazionali, visto che concorre alla formazione del Pil per quasi il 12%; è necessaria quindi una politica turistica coordinata fra tutti i soggetti istituzionali e le rappresentanze degli operatori del settore, sia per la promozione all'estero che per la valorizzazione del comparto, con un'adeguata dotazione di risorse ai vari livelli; occorre inoltre investire sul prodotto inteso come qualità del territorio, raggiungibilità delle destinazioni turistiche e supporti alla riqualificazione delle imprese, anche agevolando l'accesso al credito in questa particolare situazione congiunturale".

Ma se da un lato Confesercenti chiede più attenzione per il turismo da parte del Governo, dall'altro invita la Regione a non arretrare di fronte a sfide considerate non rinviabili. "La bussola che ci può aiutare a prendere la direzione giusta per la nuova fase turistica che ci attende - dice infatti a sua volta Stefano Bollettinari, segretario regionale di Confesercenti - è

L'INTERVISTA

L'analisi del presidente della Regione Vasco Errani "Punti di forza sono la cultura dell'ospitalità e la grande pluralità dell'offerta turistica"

// Occorre costruire una idea di turismo ben più ricca di quella dominante, che metta al centro la persona, la comunità". A parlare è Vasco Errani, presidente della Regione Emilia-Romagna.

Il 2008 si chiude con un leggero calo delle presenze e degli arrivi. È un segnale preoccupante per la tenuta del sistema turistico regionale?

"Certamente non è un fatto positivo. Possiamo dire che qui, in Emilia-Romagna, questo tipo di crisi è meno pesante per le politiche di qualificazione e integrazione adottate in questi anni e anche grazie alla tipologia delle strutture, che offrono ai turisti un buon rapporto qualità-prezzo, e delle imprese turistiche. È comunque il segnale di una linea di tendenza che non va affatto sottovalutata".

Per il 2009 su che cosa la Regione intende lavorare per garantire competitività alle imprese turistiche?

"Intanto sulla promo commercializzazione, su cui la Regione investirà di più rispetto all'anno precedente per mantenere e aumentare i flussi turistici. Anche dall'estero, puntando sull'area tedesca, sulla Russia e sui Paesi dell'Est in generale. Un altro aspetto su cui lavoriamo è la riqualificazione delle strutture: l'ipotesi che stiamo approfondendo, anche in rapporto con gli enti locali, è la costituzione di un fondo immobiliare chiuso per l'acquisto e la ristrutturazione di strutture ricettive e la riqualificazione delle aree urbane. Come Regione, inoltre, diamo contributi al Cofiter e alle cooperative di garanzia fra operatori turistici per interventi di ristrutturazione e riqualificazione. Infine abbiamo chiesto un impegno finanziario straordinario per il settore anche allo Stato, nell'ambito di un vero e proprio progetto di valorizzazione del 'brand' Italia: attendiamo una risposta".

Quali sono i punti di debolezza e al contrario i punti di forza da valorizzare ulteriormente?

"I punti di debolezza sono legati al costo elevato dei servizi extralberghieri e alla qualità delle strutture, molte delle quali non sono

recentissime. I punti forti, invece, sono la cultura dell'ospitalità, nota in tutto il mondo, e la ricchezza delle proposte: mi riferisco alla quantità innumerevole dei 'prodotti' turistici dell'Emilia-Romagna, tra costa, Appennino, città d'arte, terme.

Senza dimenticare il turismo sportivo e quello d'affari. Tutto questo, unito al patrimonio enogastronomico e alla cultura del vivere bene, fa sì che nella nostra regione ci sia un mix di offerte di grande valore. Il nostro lavoro punta a integrare questi prodotti in pacchetti di alta qualità".

Quali sono i temi sui quali è necessario investire maggiormente?

"Abbiamo un compito prima ancora che regionale, nazionale: occorre costruire una cultura turistica, un'idea di turismo ben più ricca di quella dominante in questi anni. Un'idea che metta al centro la persona, la comunità. Con i suoi bisogni, le sue necessità. Ci vorrebbe, a livello nazionale, una rete, un coordinamento vero e proprio anche per fare promozione del turismo, per mettere insieme delle misure concrete. Da soli, come Emilia-Romagna, non possiamo competere in modo adeguato sui grandi e nuovi mercati turistici del mondo. Occorre integrare l'offerta turistica, unire gli sforzi. Credo sia arrivato il momento di riflettere su una nuova legge quadro sul turismo, a partire dalle esperienze che funzionano. Una legge che non si basi solo su cosa fa lo Stato per il turismo, ma su cosa fanno tutti i soggetti che hanno competenza e responsabilità, affinché il turismo in Italia diventi un'eccellenza" ■



la capacità del sistema turistico regionale di rispondere in maniera efficace alle nuove esigenze della domanda o addirittura essere in grado di anticiparla, per far fronte al costante aumento della competitività del mercato; gli attuali trend delineano un turista che utilizza sempre più internet, sempre più selettivo, informato, attento alla qualità e tipicità, alle esperienze autentiche, alle relazioni e, specialmente in questa fase di crisi economica, al rapporto qualità-prezzo. Inoltre, vista la tendenza a frazionare sempre più nel corso dell'anno le vacanze e l'incremento del

turismo nei weekend, sono ancora più determinanti i tempi per la raggiungibilità delle destinazioni. La sfida è quella di rispondere a queste esigenze con collegamenti rapidi e competitivi, con investimenti per la qualità ambientale e di sostegno al sistema ricettivo, con l'utilizzo delle nuove tecnologie di promo commercializzazione, con prodotti e servizi sempre più competitivi e adeguati al livello dei nostri competitor".

Le richieste degli operatori non si fermano qui. È Federalberghi, nel valutare positivamente la gestione Pasi, a rivolgersi al Governo nazionale e alla Regione per chiedere al primo, insieme a sgravi fiscali per le



aziende che investono, che il federalismo fiscale non si traduca nell'introduzione di tasse di scopo che potrebbero pesare sugli imprenditori aumentando il carico dei balzelli; alla seconda di lavorare con maggiore forza sul tema dell'intermodalità dei collegamenti infrastrutturali. "Chiediamo - dice infatti Alessandro Giorgetti, presidente regionale di Federalberghi - sgravi fiscali per le imprese che investono anche valorizzando ulteriormente il ruolo dei Consorzi Fidi di settore. Ma chiediamo anche un'efficace intermodalità in grado di favorire i raccordi tra scali aeroportuali e stazioni ferroviarie regionali, per rendere più accessibili le nostre destinazioni turistiche e superare la carenza di collegamenti della Tav tra il capoluogo regionale e le principali realtà turistiche della nostra regione". Richiesta, quest'ultima, per la quale Giorgetti chiama in causa direttamente Gino Maioli, il presidente delle ferrovie regionali, chiedendogli "il suo impegno personale a collaborare con le associazioni di categoria più rappresentative del settore per individuare un progetto condiviso". Tutte richieste che per Giorgetti si accompagnano a una preoccupazione da segnalare al Governo nazionale e alla Conferenza Stato-Regioni: "Si presti attenzione - dice - ai decreti attuativi della riforma sul federalismo fiscale, per evitare appetiti degli enti locali rispetto a una possibile introduzione surrettizia di balzelli sui flussi turistici".

La Conferenza è stata anche l'occasione per scattare la fotografia del settore negli ultimi dieci anni. Per quanto riguarda il trend nel lungo periodo - tra il 1997 e il 2008 - è confermato un ruolo forte del mercato interno, che rappresenta l'80% del movimento (di cui il 50% è di provenienza regionale) e il peso preponderante del settore alberghiero, con l'assorbimento dell'87% degli arrivi e del 79% delle presenze. In crescita il flusso degli stranieri: sono diminuiti gli arrivi dai Paesi di lingua tedesca, ma a controbilanciare ci hanno pensato i turisti provenienti dalla Russia e in generale dall'Est Europa, dalla Francia e dai Paesi del Nord Europa. Anche il 2008 ha poi confermato che lo zoccolo duro dei clienti dell'Emilia-Romagna è costituito dagli italiani: sono stati rispettivamente il 76,5% del totale regionale per gli arrivi, il 78,9% del totale per le presenze. Gli stranieri hanno invece costituito in quanto ad arrivi il 23,5% del totale regionale e il 21,1% delle presenze. La permanenza media nel 2008 dei turisti è stata di 6,1 giorni. Sempre nel 2008 il movimento turistico regionale ha mostrato tendenze contrastanti fra i diversi comparti: positivo il bilancio per il turismo termale (arrivi più 5,3% e presenze più 0,2%), con successo delle località che hanno investito sulle Spa. La costa adriatica a sua volta ha registrato un andamento migliore rispetto alla maggior parte delle destinazioni balneari italiane ■

Tra le richieste di Federalberghi un deciso potenziamento delle infrastrutture



Pubb

di Silvia Saracino

Siglata l'intesa tra Regione Emilia-Romagna, Unioncamere, banche e Consorzi Fidi

Una boccata d'ossigeno per il mondo produttivo

Un miliardo di euro di plafond per le esigenze di liquidità delle imprese, prestati a un tasso di interesse vantaggioso. È quanto prevede l'accordo anti recessione per garantire l'accesso al credito delle piccole e medie imprese sottoscritto da Regione Emilia-Romagna, Unioncamere Emilia-Romagna,

i Consorzi Fidi regionali riuniti in Fidindustria Emilia-Romagna, Coop.ER Fidi Emilia-Romagna, Unifidi Emilia-Romagna e numerose banche della regione che aderiscono.

In un momento di grave difficoltà per tutto il sistema economico mondiale, sono soprattutto

le Pmi a soffrire di più: ecco perché la Regione ha lavorato in questi mesi per arrivare a un accordo che prevede la concessione di prestiti a un tasso di interesse favorevole. L'intesa sarà valida fino al 31 dicembre 2009 ma,

se la crisi dovesse continuare, si sottoscriveranno nuovi interventi. "In una fase molto delicata dei mercati e dell'economia - ha spiegato l'assessore regionale alle Attività produttive Duccio Campagnoli, promotore dell'iniziativa - la Regione assieme ai Consorzi Fidi e alle banche si impegna affinché sia garantito l'accesso al

credito delle piccole e medie imprese del nostro tessuto produttivo".

Un'intesa "frutto del tavolo di confronto - avviato con Unioncamere, Consorzi Fidi regionali e associazioni di categoria - per individuare assieme al sistema bancario e creditizio gli strumenti e le condizioni economiche più adeguate per garantire la conti-

Un accordo per garantire continuità nell'erogazione del credito



IL PROGETTO

Si chiama Unifidi, ed è promosso da Cna e Confartigianato Il più grande Consorzio Fidi d'Italia

È operativo dal primo ottobre Unifidi, il più grande Consorzio Fidi d'Italia destinato alle imprese artigiane. Si tratta di un mega consorzio che fonde 15 realtà regionali ed è promosso da Cna e Confartigianato regionali con il sostegno dell'assessorato regionale alle Attività produttive. Può contare su quasi 100mila soci, 845 milioni di euro per assicurare il credito alle piccole imprese artigiane, è in grado di garantire 13.500 operazioni all'anno, dispone di oltre 70 milioni di euro di patrimonio e un capitale sociale di 30 milioni di euro. "Consentirà di ricevere un credito più facile e più a buon mercato, come vi è bisogno proprio in questi duri mesi di crisi finanziaria internazionale", ha dichiarato l'as-

sessore regionale alle Attività produttive Duccio Campagnoli. "La Regione - prosegue Campagnoli - sosterrà ulteriormente questo strumento investendo ancora risorse nel fondo di garanzia pubblico che già affianca in questi ultimi anni l'attività dei Consorzi Fidi regionali".

Unifidi gioca un ruolo fondamentale nel nuovo pacchetto anticrisi varato dal sistema delle Camere di commercio, Cna e Confartigianato regionali. L'intervento prevede il potenziamento del ruolo dei Consorzi Fidi per agevolare l'accesso al credito mentre le Camere di commercio, nei diversi contesti provinciali, stanno avviando iniziative coordinate di copertura finanziaria integrativa, in funzione anticiclica

rispetto a quanto previsto dagli interventi ordinari di sostegno all'attività dei Confidi.

Un'azione parallela di sensibilizzazione è stata avviata nei confronti di Province (con le quali Unioncamere ha recentemente sottoscritto un protocollo di collaborazione a livello regionale) e Comuni, per coordinare gli interventi e convogliare le rispettive risorse anticrisi verso i Confidi. Unioncamere e le associazioni artigiane hanno anche concordato l'avvio di un Tavolo di lavoro congiunto per impostare e avviare al più presto iniziative di semplificazione amministrativa per le imprese, utilizzando le tecnologie telematiche, la firma digitale e la posta elettronica certificata ■

nuità nell'erogazione del credito". Il sistema bancario metterà a disposizione delle imprese un plafond di 1 miliardo di euro che sarà utilizzato per l'erogazione di finanziamenti a breve e medio termine necessari a soddisfare i fabbisogni delle imprese. In particolare, le esigenze di liquidità straordinarie finalizzate a garantire il pagamento di imposte, tasse, contributi, tredicesime e quattordicesime. Le risorse serviranno anche per favorire lo smobilizzo di capitale circolante delle aziende, in particolare dei crediti maturati nell'esercizio dell'attività imprenditoriale attraverso

so la possibilità di utilizzare i crediti non ceduti ed esigibili che le imprese vantano nei confronti delle Pubbliche amministrazioni, delle imprese ammesse alle procedure di amministrazione straordinaria e di quelle che appartengono alla filiera di queste ultime. Un'altra importante finalità del plafond è di anticipare – attraverso modalità ancora da definire – il pagamento della cassa integrazione guadagni ordinaria e straordinaria. Le banche si impegnano ad applicare ai finanziamenti erogati un tasso di interesse pari all'Euribor maggiorato di uno spread massimo di 1,5 punti



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

L'INTERVISTA

Duccio Campagnoli, assessore alle Attività produttive della Regione Emilia-Romagna "Crescita, innovazione, presenza sui mercati esteri. Resta questa la via per tornare a crescere"

“Non serve continuare a gridare per la difficile congiuntura di questi mesi, dobbiamo guardare avanti e prepararci all'economia ancora più competitiva che uscirà da questa crisi”. È in questa ottica di pensiero, sottolinea l'assessore regionale alle Attività produttive Duccio Campagnoli, che si collocano il nuovo accordo antirecessione e le misure anticrisi varate dalla Regione: un aiuto per far sì che il sistema produttivo mantenga la sua competitività in vista della ripresa e di un complessivo miglioramento della congiuntura internazionale.

Come si inserisce l'accordo in questo quadro di crisi dell'economia?

“L'accordo nasce in una fase molto difficile dei mercati e dell'economia. Pur se la nostra regione ne ha risentito meno di altre, l'Emilia-Romagna – assieme a Unioncamere, ai Consorzi Fidi e agli istituti di credito – si è voluta impegnare perché fosse garantito l'accesso al credito delle piccole e medie imprese del nostro tessuto produttivo. Questa intesa è frutto del tavolo di confronto per individuare con il sistema bancario e creditizio gli strumenti e le condizioni economiche più adeguate per garantire la continuità nell'erogazione del credito”.

Sarà quindi la boccata d'ossigeno che le Pmi aspettano?

“Sì, perché servirà per soddisfare le esigenze di liquidità straordinaria delle imprese – garantendo il pagamento di imposte, tasse, contributi, tredicesime e quattordicesime – e per favorire lo smobilizzo del capitale circolante delle azien-

de. Non solo: i finanziamenti erogati dalle banche consentiranno di anticipare – attraverso modalità da individuare – il pagamento della cassa integrazione guadagni ordinaria e straordinaria. Il tasso di interesse che le banche si impegnano ad applicare sarà pari all'Euribor maggiorato di uno spread massimo pari a 150 punti base”.

Non è l'unico intervento anticrisi: si aggiungono i 50 milioni della Regione che partiranno a gennaio. Come si articolerà l'intervento?

“Le risorse saranno dedicate a sostenere ulteriormente il credito per gli investimenti di medio e lungo periodo e per dimezzare i tassi di interesse sui progetti di investimento delle imprese. Ma dobbiamo essere certi che le risorse pubbliche non vadano semplicemente a compensare il persistere di costi eccessivi del denaro da parte del sistema bancario. Abbiamo infatti sostenuto la necessità di interventi del Governo, per passare subito dalle iniziative a protezione del sistema bancario al sostegno alle imprese e all'economia reale, per evitare che intoppi ai flussi finanziari necessari all'attività delle nostre aziende portino a una crisi di fiducia negli investimenti. La via maestra, anche di fronte alla crisi e alle preoccupazioni di oggi, resta quella avviata in Emilia-Romagna: perseguire con gli investimenti per la crescita, l'innovazione e la presenza sui mercati esteri. Servono subito provvedimenti a ogni livello per sostenere l'economia sana, quella che ha ricominciato a crescere in questi ultimi anni e della

quale l'Emilia-Romagna è un esempio, come dimostrano i dati anche in questi mesi difficili”.
Come si chiude l'anno per le imprese regionali? Quali sono le prospettive per il 2009?

“L'Emilia-Romagna è una delle poche regioni italiane in cui, per il 2008, si registra una sostanziale tenuta del Pil. È un segnale importante, in un contesto di recessione generalizzata. Peraltro, le previsioni per il prossimo triennio restano positive: nonostante il calo degli ordinativi che si è inevitabilmente fatto sentire anche qui, per le imprese regionali non vi è una crisi di competitività ma di domanda. Ma non serve a molto gridare per i segni negativi della congiuntura di questi ultimi trimestri e dei prossimi, sarebbe un gravissimo errore per le imprese e per i territori tirare i remi in barca. Il problema vero è attraversare il tunnel di crisi senza vedere intaccato il valore e la qualità del nostro sistema produttivo e soprattutto prepararsi all'economia ancor più impegnativa e globale che uscirà da questa crisi. Ecco perché la Regione punta ancor di più a sostenere investimenti strutturali per l'innovazione, l'internazionalizzazione, la trasformazione energetica e per le piattaforme fondamentali dello sviluppo internazionale del sistema territoriale. Per questo motivo, e per non scaricare ingiustamente la crisi sull'occupazione, occorre un vero Patto tra istituzioni, imprese, banche, sindacati per una strategia per favorire investimenti e lavoro. L'Emilia-Romagna può e deve proporsi ancor più competitiva e innovativa” ■

L'ANALISI

Emanuel Danieli, direttore di Fidindustria Emilia-Romagna **"Per continuare a produrre serve liquidità"**

Tassello fondamentale del piano anti-crisi sono i Consorzi Fidi dell'Emilia-Romagna, riuniti in Fidindustria: ne fanno parte CobFidi di Bologna, Confidi Romagna e Ferrara (Ferrara, Forlì, Ravenna, Rimini), Cofim Modena, Unionfidi e Apifidi di Parma, Cofind di Piacenza e Cofire di Reggio. "I Consorzi Fidi – spiega Emanuel Danieli, direttore di Fidindustria Emilia-Romagna – si impegnano assieme alle banche a erogare e garantire finanziamenti alle imprese a condizioni di mercato favorevoli". L'accordo prevede che i Consorzi Fidi concedano garanzie fideiussorie a prima richiesta per un importo minimo non inferiore al 30% – mentre di norma si arriva al massimo al 20% – dell'importo di ciascun finanziamento.

Perché sono così importanti le misure straordinarie previste dall'accordo?

"Perché era necessario, in un momento in cui le risorse finanziarie delle imprese subiscono una battuta d'arresto, non far mancare la liquidità necessaria per continuare a produrre e a vendere. Partendo dall'accordo generale, stiamo ora valutando con le banche prodotti più mirati".

Ce ne spieghi alcuni.

"Garantire finanziamenti a quelle imprese che operano come fornitori di imprese in amministrazione straordinaria, per non far cadere la filiera produttiva; elaborare un sistema di finanziamento per anticipare alle imprese la cassa integrazione e finanziare le aziende che hanno rapporti di fornitura con la Pubblica amministrazione, che ha molto spesso ritardi nei pagamenti".

L'anticipo della cassa integrazione è un tema che in questi mesi riguarda molte aziende. Come pensate di attuarlo?

"Siamo tutti d'accordo sull'approfondire la questione, con le banche stiamo valutando un finanziamento ad hoc che per ora è in fase di studio. Servirà comunque ad aiutare quelle imprese in crisi che non riescono ad anticipare la cassa integrazione prima dei pagamenti dell'Inps".



Quale riflesso sta avendo la crisi sui Consorzi Fidi?

"Vediamo un calo della domanda – circa del 15% sul 2008 – relativo alle garanzie su finanziamenti a medio termine per realizzare investimenti. La nostra percezione è quindi che in questa fase di crisi ci sia una minore disponibilità delle imprese a investire. Notiamo inoltre che in questo momento le banche fanno sempre più fatica a spostare prestiti dal breve al medio lungo termine, cosa che invece ci viene da sempre chiesta dalle imprese".

Nel 2008 sono aumentati i vostri soci e il volume di garanzie concesse?

"È difficile fare una stima precisa perché di recente sono entrate in Fidindustria CobFidi di Bologna e Apifidi di Parma. Comunque chiuderemo l'anno con 2.265 soci e finanziamenti garantiti pari a 158 milioni di euro".

Quali sono le sue previsioni per l'andamento del mondo produttivo nel 2009?

"Gli indicatori sono negativi, sono arretrati molto la produzione, la domanda aggregata e il Pil. Sono però ottimista per due motivi: l'Emilia-Romagna ha sviluppato i tre settori fondamentali, agricoltura, industria e servizi; questa è già una buona base di partenza per contrastare la crisi. Inoltre, la domanda estera continua a sostenere la produzione. Ci sono tutti gli elementi per mantenere la competitività del nostro sistema produttivo" ■

(pari a 150 basis points). I Consorzi Fidi si impegnano invece, a fronte dei finanziamenti erogati dalle banche, a concedere garanzie fideiussorie a prima richiesta per un importo minimo non inferiore al 30% del valore di ciascun finanziamento. Durante tutta la durata dell'accordo, la Regione si impegna a monitorare, in collaborazione con Unioncamere e con il supporto dei Consorzi fidi, il mercato del credito e le esigenze espresse dal sistema produttivo regionale. Il ruolo di Unioncamere – che in queste settimane è sempre presente nei tavoli di confronto attivati dalla Regione con Confidi, banche e associazioni di categoria – è quello di potenziare e sostenere l'attività dei Consorzi Fidi e rafforzare la condi-



visione di indirizzi strategici con le Camere di commercio per convogliare risorse verso il sistema della garanzia regionale. Inoltre, Unioncamere svolge un ruolo di coordinamento con Province e Comuni per far convergere le rispettive risorse in fondi integrati di intervento per potenziare le garanzie dei Consorzi Fidi. "Le Camere di commercio - spiega il segretario generale Ugo Girardi - hanno tempestivamente messo a disposizione i fondi ancora disponibili nei bilanci 2008 (in aggiunta agli stanziamenti ordinari riservati ai Confidi) per garantire soprattutto alle imprese più piccole risposte immediate rispetto ai fabbisogni di credito a breve termine". Inoltre, il sistema camerale ha "rivi-

sto in corso d'opera le priorità dei programmi di attività promozionale per il 2009 per supportare in maniera ancora più incisiva le imprese nell'attuale congiuntura negativa, attraverso il sistema dei Confidi. Ogni anno le nove Camere della regione stanziavano (in via ordinaria) oltre 9 milioni di euro per i Confidi, circa il 20% del budget promozionale. L'accordo antirecessione si affianca alle misure già attivate dalla Regione per agevolare l'accesso al credito: si tratta del plafond di 50 milioni che viene messo a disposizione, a partire da gennaio, per agevolare l'accesso al credito delle Pmi industriali e artigiane dimezzando i tassi di interesse sui progetti di investimento. È stato infat-

ti riprogrammato l'intervento del Piano triennale (Misura 1.1 azione B ex Sabattini) che finanzia l'acquisto di beni materiali, immateriali e servizi per favorire l'innovazione delle imprese, mentre dal primo gennaio è ripartito il programma per l'agevolazione al credito delle imprese artigiane. Nel 2008 sono state circa 2.500 le imprese che hanno usufruito degli aiuti della Regione per agevolare l'accesso al credito e nella seconda parte dell'anno sono stati attivati 145 progetti per sostenere investimenti tecnologici energetico-ambientali, 704 progetti di innovazione organizzativa nelle Pmi, 370 progetti di ricerca industriale nelle piccole e medie imprese ■

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

di Thomas Foschini

Finanziamenti per un comparto particolarmente esposto alla congiuntura

Risorse per commercio, turismo e servizi

Il sistema bancario e la Regione si mobilitano per aiutare anche i settori commercio, turismo e servizi, che come gli altri soffrono per la crisi che sta investendo l'economia globale. L'accordo anti crisi è stato firmato da Regione, Unioncamere, banche e Cofiter (il Consorzio di garanzia Fidi del terziario e servizi) e ha l'obiettivo di far fronte alle esigenze di liquidità delle imprese, favorire il consolidamento dei crediti dal breve al medio termine e garantire condizioni di finanziamento adeguate con piani di rientro delle imprese. La Regione mette a disposizione da subito 5 milioni di euro, mentre le banche si impegnano ad assicurare l'erogazione di finanziamenti a breve-medio termine per soddisfare le esigenze di liquidità legate al pagamento di imposte, tasse e contributi, tredicesime e quattordicesime, oltre al consolidamento dei crediti dal breve al medio termine anche attraverso un'estensione delle garanzie prestate dal sistema dei Confidi regionali, passando dal 30 al 50% dell'importo dei finanziamenti richiesti. Unioncamere si attiverà per rafforzare l'operatività del sistema dei Confidi regionali: Cofiter ha stipulato un accordo con il sistema bancario che dovrà contenere lo spread massimo per le imprese, a fronte delle garanzie concesse dai

Consorzi Fidi. "Con questa iniziativa – dice Guido Pasi, assessore regionale al Commercio e turismo – vogliamo offrire uno strumento concreto alle imprese del commercio, del turismo e dei servizi della nostra regione. I comparti del settore terziario sono fondamentali per l'economia dell'Emilia-Romagna e sentono anch'essi in maniera diretta gli effetti della crisi. Per questo è fondamentale intervenire concretamente, con misure immediate, che possano garantire

alle imprese credito a breve termine per soddisfare le esigenze più urgenti, ma anche la possibilità di consolidare i crediti dal breve al medio termine e poter affrontare con maggiore respiro la difficile congiuntura che stiamo attraversando. Vorrei sottolineare l'adesione al protocollo di tutto il sistema economico e istituzionale regionale, che si è dimostrato in grado di rispondere con concretezza ed efficacia a un'esigenza diffusa e urgente" ■

Dalle misure urgenti agli interventi per garantire l'operatività di medio termine

Sotto, l'assessore regionale al Turismo Guido Pasi con il presidente di Cofiter Ottavio Righini

GLI OBIETTIVI

Presto l'iscrizione nell'albo degli intermediari finanziari

Il Consorzio Cofiter compie dieci anni

Unirsi per crescere: è la strada scelta da Cofiter, il Consorzio di garanzia Fidi di secondo grado per le imprese del commercio, turismo e servizi dell'Emilia-Romagna che opera a livello regionale e riveste un ruolo di riequilibrio territoriale e di coordinamento. Cofiter, nato nel 1998 su iniziativa di Unioncamere, Confcommercio e Confesercenti, è diventato un punto di riferimento per le imprese. Oggi Cofiter è proiettato verso l'obiettivo dell'iscrizione nell'elenco speciale ex art. 107 del Testo Unico legge bancaria, per poter svolgere l'attività come intermediario finanziario vigilato dalla Banca d'Italia. "È un cammino difficile – spiega il presidente di Cofiter, Ottavio Righini – di cui è stata però individuata una strada ben precisa: far confluire in Cofiter tutti i Confidi provinciali desiderosi di condividere il progetto, lasciando loro grande autonomia e nello stesso tempo facendo massa critica per il raggiungimento degli obiettivi". Negli ultimi tre anni Cofiter ha aggregato le Cooperative di Modena, Reggio Emilia, Ravenna, Bologna e Ferrara, e altre si aggiungeranno a breve. La prospettiva è quella di un Consorzio regionale molto capitalizzato, dotato di sportelli operativi locali autonomi e di un nucleo di comitati tecnici di supporto. "Cofiter, che si è scelto un compito di 'pioniere' rispetto ad altre realtà – aggiunge Righini – potrà così meglio rispondere alle necessità delle imprese, offrendo agli enti erogatori una garanzia più solida. Il percorso si concluderà nella prima parte del 2009 dando vita a un organismo che, forte di 120 milioni di operatività, 30mila soci e 28 milioni di patrimonio sarà pronto ad affrontare il prossimo decennio. Complessivamente Cofiter, con le Cooperative di garanzia provinciali, conta 45mila imprese socie, un'operatività di 300 milioni e un patrimonio di 55 milioni". In questi anni l'aumento dei fondi e la capitalizzazione dei Confidi hanno dato maggiore forza contrattuale nei confronti delle banche interlocutrici, che oggi riservano alle imprese aderenti condizioni rivolte di solito alla clientela primaria. "Il sistema camerale – dice il presidente di Unioncamere Emilia-Romagna, Andrea Zanlari – è sempre stato partner naturale di Cofiter, e continuerà a esserlo nei prossimi passaggi, per rendere sempre più efficienti i servizi a sostegno del credito delle Pmi" ■



Nonostante la crisi, il Pil dell'Emilia-Romagna tiene anche nel 2008

Presentato il rapporto sull'economia regionale

Anche in Emilia-Romagna si stanno cominciando ad avvertire i riflessi negativi della crisi internazionale, della pesante congiuntura e delle altrettanto difficili prospettive dell'economia complessiva. Tuttavia, nel 2008, il Prodotto interno lordo dell'Emilia-Romagna, insieme a quello della Valle D'Aosta mostra ancora un trend prossimo allo zero sulla base dei dati di pre-consuntivo. Il dato emerge dal Rapporto sull'economia, realizzato per la terza volta da Regione e Unioncamere, e presentato, come di consueto, a fine anno.

“Anche l'Emilia-Romagna risente e risentirà nei prossimi mesi della brusca caduta di ordini e domanda sui mercati internazionali e, ancor più, del blocco recessivo dell'economia italiana – ha affermato l'assessore regionale alle Attività produttive, Duccio Campagnoli – ma in questi anni l'economia produttiva regionale è diventata certamente più solida, più specializzata”. I dati del Rapporto 2008 raccontano infatti di una regione che ha consolidato il proprio sistema produttivo, aumentando costantemente il prodotto interno lordo, la vocazione all'internazionalizzazione e all'export, gli investimenti in ricerca e innovazione.

Un prodotto interno lordo che negli ultimi tre anni (2005-2008) ha fatto registrare una crescita del 4,7%, ben al di sopra della media nazionale – ferma al 3,1% – e di altre regioni industrializzate. La performance differenziale maggiore dell'Emilia-Romagna si registra soprattutto dal lato delle esportazioni. Negli ultimi dieci anni, la Regione ha acquisito quasi due punti percentuali di quota sull'export nazionale arrivando al 13,2% a giugno 2008 e superando, dopo



il Piemonte, anche il Veneto. I dati Istat, inoltre, sul periodo 2000-2007, evidenziano come le esportazioni dell'Emilia-Romagna siano cresciute sia in volume (33,4%) sia in valore medio unitario (26,6%). Se la crisi si farà sicuramente sentire nel 2009 in modo più profondo di quanto è stato fino ad ora, con un quadro generale in peggioramento e una crescita ancora ferma, la locomotiva emiliano-romagnola

potrebbe però essere la prima a uscire dal tunnel. Secondo le previsioni Unioncamere-Prometeia, per il prossimo triennio, il Pil dovrebbe risalire all'1% nel 2010 e all'1,5% nel 2011. In effetti, nel lungo periodo, il triennio 2009-2011, la crescita complessiva sarebbe pari a un più 2,7%, contro l'1,8% dell'intero Paese.

Non si individua dunque una caduta della capacità di competere, ma piuttosto una forte contrazione dei mercati e una riduzione della domanda: un indice sono i dati della cassa integrazione guadagni ordinaria, che interviene per rispondere alla caduta degli ordini. Da gennaio ad agosto 2008, le ore di cassa integrazione ordinaria autorizzate per

di Enrico Vincenzi

Al centro da sinistra, l'assessore Duccio Campagnoli, Fabrizio Binacchi direttore Rai Emilia-Romagna e Andrea Zanlari

Crollano ordini e domanda. Ma le imprese emiliano-romagnole restano competitive

LA STRATEGIA

I numeri di una politica regionale al servizio delle imprese
Le risorse? Sono soprattutto locali

Il Rapporto Met dimostra che in questi anni si è registrato un significativo calo delle risorse derivanti da interventi nazionali per le imprese e invece una crescita di quelle regionali. Il Rapporto rileva poi che le politiche dell'Emilia-Romagna sono quelle che si sono maggiormente specializzate dedicando una media negli ultimi 5 anni del 41% del totale a ricerca e innovazione, a fronte di una media nazionale del 14,8% e ben al di sopra di regioni come la Toscana (28,5%), Lombardia (9,7%), Piemonte (13,3%) e Veneto (19,9%) e con un 18,3% per l'internazionalizzazione, a fronte di una media nazionale del 4,8%, anche in questo caso più di Toscana (3,5%), Piemonte (3,6%) e Veneto (16,3%).

Nel 2008 la Regione ha destinato 35 milioni di euro per sostenere il credito agevolato per gli investimenti e l'innovazione organizzativa

delle imprese, 43 milioni di euro per la ricerca industriale e il trasferimento tecnologico e 15 milioni di euro per la qualificazione energetica delle imprese. Dieci milioni di euro sono stati destinati all'internazionalizzazione.

Per il 2009 la Regione ha già definito l'accordo antirecessione per contrastare gli effetti della crisi in atto e per consentire alle Pmi di accedere al credito a breve termine. L'intesa è stata sottoscritta insieme a Unioncamere, Consorzi Fidi e istituti di credito aderenti (vedi articolo pag.12).

Inoltre per il prossimo triennio la Regione è impegnata nella realizzazione dei tecnopoli per la ricerca industriale con la programmazione di 100 milioni di euro, e delle aree ecologicamente attrezzate per lo sviluppo degli insediamenti industriali e artigiani con un investimento di 53 milioni di euro ■

dipendente sono state 2,20 (contro una media nazionale di 5,88), che salgono a 3,35 se si considera la quota di cassa integrazione straordinaria (attivata per rispondere a problemi strutturali). La media è la più bassa d'Italia (Piemonte 15,24 ore; Lombardia 21,84; Veneto 7,76).

Nel 2008 l'Emilia-Romagna fa registrare il tasso di occupazione più alto (70,4%) fra le regioni del Nord e del Centro Italia, e ben superiore alla media nazionale (59,2%). Nel 2009 il tasso di disoccupazione, secondo l'analisi di Prometeia-Unioncamere, dovrebbe attestarsi al 3,8%, mentre quello di occupazione è dato in calo dal 46,1 al 45,8%. A soffrire di più l'industria, che nel primo semestre del 2008 ha perso il 4,9% degli occupati (con punte del 6,6 nell'edilizia). Il settore dei servizi invece indica un aumento dell'occupazione del 5,3%. Arriveranno dunque problemi di occupazione, e per questo serviranno ammortizzatori sociali, ma, avverte l'assessore Campagnoli "l'economia non sta



crollando, quindi occorre fare in modo di non perdere capacità produttiva: la cosa che non bisogna fare - suggerisce l'assessore - è attendere che il brutto momento passi, ma è necessario puntare su innovazione e capacità di essere presenti sui mercati internazionali". Il sistema economico emiliano-

romagnolo, dopo aver retto a un 2009 di generale difficoltà in cui è prevista una contrazione della domanda interna e dei consumi delle famiglie (meno 0,2%), delle vendite nel commercio al dettaglio, e anche delle esportazioni (che dovrebbero calare dello 0,3%), potrebbe però subito confermarsi

LE CIFRE

A sostenere le previsioni è la sostanziale tenuta dell'industria **Gli analisti scommettono sulla crescita**

Il prodotto interno lordo dell'Emilia-Romagna negli ultimi tre anni (2005-2008) ha fatto registrare una crescita del 4,7%, ben al di sopra della media nazionale, ferma al 3,1%, e delle altre regioni più industrializzate, come Lombardia, Veneto e Piemonte. Soprattutto le previsioni calcolate da Prometeia per il Rapporto scommettono per il prossimo triennio su un trend regionale di ripresa della crescita, sia pur rallentata dalla crisi internazionale, con un più 1,5%, superiore alla media nazionale dell'1%.

Il rapporto Met, che è parte integrante dell'indagine sull'economia regionale ed è stato realizzato sulla base di una rilevazione diretta su un campione significativo di oltre 3.000 imprese della regione, mostra che in questi anni l'Emilia-Romagna si è confermata soprattutto come un grande polo manifatturiero, con significative capacità di tenuta e di traino del resto dell'economia.

Il dato più significativo di questa tenuta del settore industriale si ottiene confrontando la dinamica del valore aggiunto industriale con quella mostrata

dall'Italia nel suo complesso, dinamica sistematicamente superiore nell'ultimo decennio. Un risultato prodotto da fattori strutturali come una crescita costante del livello di spesa in ricerca e sviluppo che è aumentato significativamente, oltre la media nazionale.

Il confronto degli andamenti di lungo periodo dell'Emilia-Romagna con quelli del Nord Est e dell'Italia mette in luce una sostanziale robustezza del comparto industriale della regione, che fa registrare tassi di incremento medi annui del valore aggiunto industriale (più 0,8%) superiori di circa mezzo punto percentuale rispetto al dato medio dell'Italia. Vi è il segno quindi di una modifica alla struttura industriale della regione, che ha portato al rafforzamento della filiera meccanica e a una crescita della chimica e di alcune produzioni di alta tecnologia, contestualmente ai processi di ristrutturazione che hanno subito alcuni settori più tradizionali e comunque fortemente radicati (alimentare, lavorazione dei minerali non metalliferi, prodotti in metallo, sistema moda) ■



il motore del rilancio dell'economia nazionale.

“Stiamo affrontando un momento molto serio – conferma il presidente di Unioncamere Emilia-Romagna, Andrea Zanlari – ma siamo ancora un grande territorio manifatturiero. Le imprese stanno scontando un differimento degli ordini, tuttavia ci sono i presupposti per pensare che già dalla fine della prossima estate la situazione possa migliorare.

L'Emilia-Romagna è come quelle navi portaerei che spengono i motori diverse ore prima di entrare in porto e, per arrivare a destinazione, sfruttano l'abbrivio”.

È proprio questo “abbrivio”, secondo il presidente di Unioncamere regionale, che permetterà all'Emilia-Romagna “di riemergere prima del resto d'Italia da una crisi economica e finanziaria forte, ma al tempo stesso veloce. Perché la nostra regione ha una marcia diversa rispetto alle altre. Dobbiamo essere consapevoli che le scelte di oggi costituiscono le condizioni per la ripresa di domani. Il Rapporto – conclude Zanlari – oggi ci parla di un'economia regionale che riesce a spuntare per il 2008 un risultato migliore di quello del Paese nel suo complesso. È da queste valutazioni, dai nostri punti di forza, dall'innovazione e dalla qualità, che si giocano i tempi e l'intensità della ripresa” ■

LA STRATEGIA

La ricetta per superare la crisi secondo il premio Nobel Eric Maskin “Fornire reddito alle persone più vulnerabili”

Anche l'Italia sta vivendo una fase critica, davanti alla quale deve farsi trovare preparata. Eric Maskin, premio Nobel per l'Economia nel 2007, a Bologna per una lezione organizzata dal CTC, il Centro di formazione manageriale della locale Camera di commercio, ha fornito la sua ricetta per affrontare questo momento.

L'economista americano ha giudicato positivamente la Social Card, varata dal Governo, definita “uno strumento utile, in momenti di difficoltà, a evitare la spirale negativa”. La valutazione di Maskin parte dalla sua teoria del “Mechanism design”, un approccio “ingegneristico” all'economia che “si focalizza innanzitutto sugli obiettivi – ha spiegato l'economista statunitense – e poi su quali siano le istituzioni che possono ottenerli”. In una fase come questa, ha avvertito Maskin, la priorità è “tutelare le persone più vulnerabili come pensionati, disoccupati, chi ha perso il lavoro o chi non può lavorare per qualche tipo di disabilità”. Questo comporta “effetti positivi non solo per loro ma per l'economia in generale”. Fornendo infatti reddito a chi è più vulnerabile, si dà un aiuto che “permette di evitare conseguenze che sarebbero disastrose per la situazione generale”. Eric Maskin ha confermato che anche per l'Italia gli effetti più evidenti della crisi si vedranno solo nella prossima primavera. Il rischio, in una fase di recessione, è che aumenti la disoccupazione. Il Governo quindi “dovrà lavorare per mantenere livelli della domanda tali da minimizzare il rischio di una spirale negativa”, che per Maskin si sviluppa così: “Quando non ha più il posto, un lavoratore perde capacità di acquisto e il rischio è che gli imprenditori debbano ridurre ancora la produzione e quindi i posti di lavoro, con un ulteriore aumento della disoccupazione”. Quindi, per interrompere questo circuito, “occorre lavorare per mantenere un certo livello della domanda”. Ad esempio con “sostegni al reddito di chi perde il posto, indennità di disoccupazione,

riduzioni delle imposte per le fasce di reddito inferiori o spendendo direttamente denaro attraverso il finanziamento di progetti pubblici”. Queste, secondo l'esperto economista statunitense, le soluzioni, che “possono essere utili, sia a livello nazionale che locale”. Maskin ha tenuto la sua lezione in una sala gremita di un pubblico attento. “La possibilità di avere un personaggio di questo livello in città – ha detto Bruno Filetti, presidente della Camera di Commercio di Bologna – è stata occasione, in un momento critico, di avere un'illustrazione da parte di chi ha avuto riconoscimento per le sue intuizioni e le sue grandi conoscenze del sistema mondiale”. Per l'ottava volta, la Camera di commercio ha invitato a Bologna un premio Nobel per l'economia, come ha ricordato Pier Sergio Caltabiano, direttore del CTC: “Si tratta di testimonianze autorevoli – ha sottolineato Caltabiano – che generano emozione e allo stesso tempo sviluppo di conoscenze” ■



di Silvia Saracino

Ricerca, innovazione, qualificazione energetica: questi gli interventi avviati nel 2008

Un anno di Por Fesr Ecco un primo bilancio

È trascorso un anno dall'approvazione da parte della Commissione europea del Por Fesr, 2007-2013, il documento di programmazione della Regione Emilia-Romagna per l'utilizzo dei Fondi europei di sviluppo regionale, e l'ente di via Aldo Moro fa un primo bilancio della attività

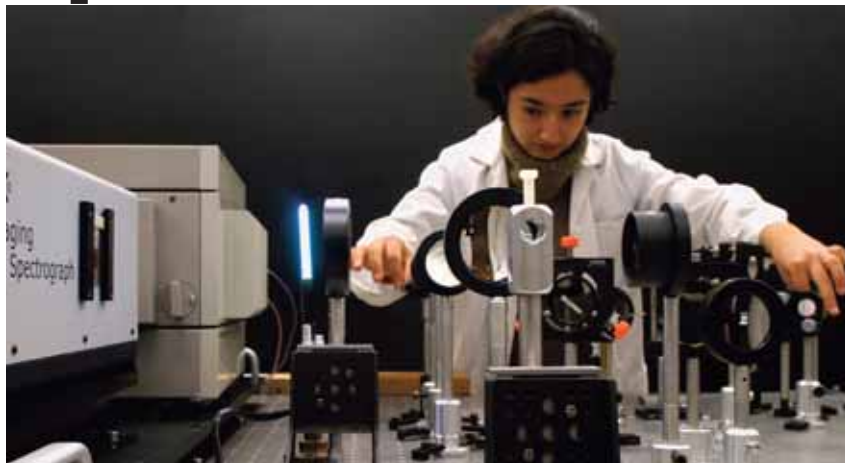
messe in campo quest'anno grazie ai 347 milioni di euro europei. Nel 2008 sono stati avviati buona parte degli interventi programmati - nell'area ricerca industriale e trasferimento tecnologico, sviluppo innovativo delle imprese, qualificazione nel settore dell'energia e

Fondi europei:
in campo risorse
per 347 milioni,
di cui ben 243
entro il 2010

promozione del patrimonio culturale e ambientale - per una previsione finanziaria pari a 243 milioni di euro nel biennio 2008-2010.

"Questo Programma - ha dichiarato l'assessore regionale alle Attività produttive Duccio Campagnoli - consente di rafforzare diversi ambiti di programmazione della Regione per realizzare politiche di sistema già avviate attraverso strumenti propri come il Programma triennale per le attività produttive, il Programma regionale per la ricerca industriale, l'innovazione e il trasferimento tecnologico (Priitt) e il piano energetico regionale".

Complessivamente sono oltre 1.000 i progetti presentati nei bandi dedicati alla ricerca e all'innovazione delle Pmi degli Assi 1 e 2 del Por Fesr. Nei finanziamenti dell'Asse 1 rientrano in particolare i tecnopoli, le nuove infrastrutture che ospiteranno e organizzeranno attività e servizi per la ricerca industriale, lo sviluppo sperimentale, il trasferimento tecnologico e per la nascita di nuove imprese ad alta tecnologia.



Nella realizzazione dei tecnopoli convoglieranno circa 80 milioni di euro e il 31 gennaio scadranno i termini per presentare le manifestazioni di interesse e rientrare nelle diverse aree di ricerca.

Sempre nell'ambito della ricerca si è chiuso il 14 novembre un bando per le ricerche industriali e per le attività di sviluppo sperimentale nelle Pmi, che ha visto 371 progetti presentati: le risorse attualmente a disposizione sono pari a 20 milioni di euro, di cui 10 milioni provenienti dal Por e 10 milioni da fondi regionali.

Nell'ambito del Priitt sono stati inoltre approvati i nuovi progetti dei laboratori e centri per il consolidamento della Rete, anche attraverso l'accreditamento regionale.

L'Asse 2, in cui si concentrano 70 milioni di euro, si dedica allo sviluppo innovativo delle imprese: sono stati presentati 704 progetti (il bando si è chiuso il 15 ottobre) relativi all'introduzione di innovazioni organizzative e Ict nelle piccole e medie imprese, progetti e servizi per la creazione di reti di impresa e per l'innovazione tecnologica e organizzativa. L'Asse prevede inoltre la promozione e il sostegno all'utilizzo di strumenti

innovativi di gestione finanziaria delle Pmi.

L'Asse 3 riguarda invece la qualificazione energetico ambientale e lo sviluppo sostenibile e ha a disposizione 80 milioni di euro. Il 31 dicembre è scaduto il termine per la presentazione delle richieste di contributo (40 milioni di euro a disposizione più 13 milioni di risorse regionali) per realizzare impianti, sistemi e infrastrutture per l'uso efficiente dell'energia e la valorizzazione delle fonti rinnovabili, compresa la cogenerazione e il teleriscaldamento. Si è invece chiuso il 31 ottobre il bando destinato alle Pmi per promuovere il risparmio e l'autoproduzione energetica, l'utilizzo di energia da fonti rinnovabili per ridurre le emissioni inquinanti. Sono stati presentati 145 progetti, già in corso di valutazione.

Infine l'Asse 4, che ha l'obiettivo di valorizzare e promuovere il patrimonio ambientale e culturale anche sostenendone i servizi per una migliore fruibilità, attraverso un plafond di risorse di 70 milioni di euro. La Regione ha emanato la manifestazione di interesse che si è chiusa il 30 giugno e ha raccolto 38 progetti per un totale di contributo Por di oltre 40 milioni di euro ■



Duccio Campagnoli,
assessore regionale
alle Attività produttive

Pubb

Approvato prima dell'estate, il progetto usufruisce dei finanziamenti del Por Fse

Formazione, si comincia dai poli tecnici

L'alta formazione in Emilia-Romagna passa attraverso i poli tecnici, una rete costituita da istituti scolastici, organismi di formazione professionale accreditati, imprese e università. Per dare ai giovani e ai lavoratori competenze più specifiche in grado di rispondere al bisogno di alta professionalità delle imprese. Il progetto è stato approvato dalla Regione poco prima dell'estate ed è una delle iniziative che usufruiscono dei finanziamenti del Por Fse 2007-2013, il Programma operativo regionale finanziato dall'Fse e approvato

dalla Commissione europea a ottobre 2007. Il Programma ha a disposizione, fino al 2013, 806 milioni e 490 mila euro provenienti oltre che dal Fondo sociale europeo anche da risorse nazionali e suddivisi tra i diversi assi di intervento: adattabilità, occupabilità, inclusione sociale, capitale umano, transnazionalità e interregionalità e assistenza tecnica. Nel primo biennio la Regione ha approvato quasi 2.000 iniziative, di cui circa 1.700 quelle già avviate: sono 92mila le persone che si sono viste approvare un percorso formativo. In totale, sono già state impegnate circa il 23% delle risorse previste dal Por mentre il 7% è già stato erogato per programmi di formazione.

"I dati fanno emergere un buono stato di avanzamento nella programmazione", spiega l'assessore regionale alla Formazione Paola Manzini. "Il Programma operativo è stato avviato su tutti gli assi di intervento, all'interno di un quadro di accordo programmatico innovativo costruito con le province per migliorare

l'integrazione tra di diversi livelli istituzionali". Inoltre, in un momento così critico per l'economia mondiale, "accanto alle risorse dedicate agli ammortizzatori sociali, siamo in grado di mettere a disposizione 9 milioni di euro per il 2009 per supportare gli strumenti di politiche attive per il lavoro", sottolinea Manzini. Uno sforzo che la Regione compie anche a fronte di minori risorse provenienti dall'Fse, rispetto alla programmazione 2000-2006: per questo gli interventi sono più mirati e rivolti a innalzare le competenze dei lavoratori, per favorirne l'adattabilità, mantenere la piena occupazione, contrastare l'esclusione sociale.

I poli tecnici (asse capitale umano, a cui sono destinati circa 44 milioni di euro) rientrano nell'obiettivo di rafforzare il livello quantitativo e qualitativo dell'apprendimento lungo tutto l'arco della vita, con particolare attenzione alla formazione superiore, alla ricerca, trasferimento e sviluppo dell'innovazione. Grazie a risorse pari a 30 milioni di euro - provenienti dall'Fse a cui vanno aggiunte risorse statali pari a 1 milione e 300mila euro per il primo anno - la Regione ha emanato il bando per la costituzione degli Istituti tecnici superiori: rientreranno nei poli tecnici e si occuperanno

di formare giovani e adulti diplomati per conseguire una specializzazione tecnica superiore. In particolare, i percorsi dovranno essere orientati al sostegno dello sviluppo economico e della competitività del sistema produttivo, con specifico riferimento alle piccole e medie imprese e ai settori più innovativi e orientati all'internazionalizzazione. Il bando, che scade il 24 febbraio 2009, è rivolto a istituti tecnici e professionali attivi sul territorio regionale che possono partecipare anche in partnership con enti di formazione professionali accreditati, dipartimenti universitari o centri di ricerca ma anche imprese ed enti locali.

Gli Its, assieme ai percorsi di formazione specialistica (Ifs) e superiori (corsi brevi a qualifica) vanno a costituire i poli tecnici regionali, un network che ha l'obiettivo di qualificare l'offerta formativa e la diffusione della cultura tecnica e scientifica. "Un sistema regionale che coinvolge scuole, enti di formazione, imprese e università - ha sottolineato Paola Manzini - per dare ai giovani, ma anche alle persone che sono già all'interno del mercato del lavoro, nuovi strumenti di formazione specialistica per corrispondere al bisogno di alta professionalità delle imprese e progredire nella carriera" ■

Nel primo biennio
già avviate
1.700 iniziative
su tutti gli assi
di intervento



Regione Emilia-Romagna, Casella: Marco Nirmal

Sopra, nella foto,
l'assessore regionale
alla Formazione
Paola Manzini



Pubb

di Giuseppe Sangiorgi

La parola a Enrico Bini, eletto presidente della Camera di commercio

Un salto di qualità per l'economia reggiana



“Oggi l'emozione è grande come forte è la responsabilità che sento nell'assumere una carica importante per lo sviluppo futuro di Reggio Emilia, in una fase economica molto difficile. Sono pienamente consapevole che questo mandato si presenta impegnativo, la situazione economica attuale presenta molti problemi e di diversa natura. Questo ci deve dare ancora maggior slancio ed è con tale spirito che accetto l'incarico”.

“Il territorio ha bisogno di cambiamento. Indispensabile il gioco di squadra”

Sopra Enrico Bini, vicepresidente nazionale Cna Fita

Così Enrico Bini ha aperto il suo discorso di saluto dopo l'elezione per i prossimi cinque anni come nuovo presidente della Camera di commercio di Reggio Emilia, dove ha raccolto il testimone da Aldo Ferrari. Presidente di Cna Reggio Emilia – che sta individuando il suo successore – Enrico Bini, autostrada e imprenditore nel setto-

re edile e turistico, ha tratteggiato le linee guida della sua presidenza. “La Camera di commercio che io voglio realizzare – ha affermato il neo presidente – è una ‘casa’ aperta e trasparente, fatta di persone orgogliose di lavorarvi e di imprenditori fieri di dedicare parte del proprio tempo al raggiungimento degli obiettivi; la mia sarà una governance ispirata alla collegialità della Giunta, che dovrà essere una vera e propria direzione operativa, e a un maggior protagonismo del Consiglio, chiamato a progettare le linee strategiche”. Questo per far giocare alla Camera il ruolo che le spetta: “Promuovere lo sviluppo economico locale – ha con-

tinuato Bini – è la ‘mission’ primaria della Camera. Il territorio ha bisogno di cambiare e innovare: negli ultimi decenni è stato recuperato un ritardo nella dotazione di infrastrutture, fisiche e culturali, ma il lavoro non è ancora completato. Dovremo investire in innovazione e nuove tecnologie per semplificare la vita alle imprese e potenziare ancora l'attività di statistica: ogni pianificazione efficace deve prendere origine dai bisogni reali di un territorio e di una comunità”. Tutti i tradizionali settori dell'economia reggiana vivono lo stato di maggiore difficoltà degli ultimi decenni. “Se la crisi è di sistema – ha aggiunto Bini – significa che dob-



LA SCHEDA

Appena rinnovati, Consiglio e Giunta in carica cinque anni
Una nuova squadra a Palazzo Scaruffi

Molte novità negli organi della Camera di commercio di Reggio Emilia. In rappresentanza dei diversi settori dell'economia provinciale, il Consiglio dell'ente potrà contare su Ivan Bertolini, Francesco Fontanili (agricoltura), il presidente Enrico Bini, Gianni Vezzani, Rodolfo Manotti, Tristano Mussini, Sabrina Vacca, Marco Gilioli (artigianato), Cristina Carbognani, Medardo Talignani Landi, Valter Montelaghi, Graziano Grasselli, Enzo Bartoli, Marcello Ronzoni (industria), Paolo Pignoli, Guido Rocca, Pier Paolo Occhiali, Francesco Pignagnoli (commercio), Lorenzo Giberti (cooperazione), Paola Silvi (turismo), Nunzio Dallari (trasporti e spedizioni), Giancarlo Mattei (credito e assicurazioni), Lisa Ferrarini, Vilder Giuseppe Canalini, Giovanni Teneggi (servizi alle imprese), Giovanni Caruso (organizzazioni sindacali), Giovanni Trisolini (associazioni di tutela dei consumatori). Il Consiglio camerale ha eletto al suo interno la Giunta, composta dal presidente Enrico Bini, e da Francesco Fontanili, Ivan Bertolini, Cristina Carbognani, Lisa Ferrarini, Lorenzo Giberti, Francesco Pignagnoli, Paola Silvi, Giovanni Teneggi, Gianni Vezzani, tra cui sarà individuato il vicepresidente. ■

biamo dare vita a interventi straordinari perché il problema più grosso che ha Reggio Emilia oggi è la prospettiva di medio e lungo periodo. Un'economia sostanzialmente in salute come è stata sino a oggi, sostenuta in modo adeguato da politiche pubbliche, può resistere a crisi così pesanti, ma non per troppo tempo. Servono, dunque, nuovi strumenti e azioni innovative che, al di là del nome, riescano a cogliere i segni del cambiamento e ridare competitività al sistema produttivo locale. È indispensabile un 'lavoro di squadra' delle istituzioni, pubbliche e private, delle associazioni d'impresa e dei sindacati dei lavoratori. Da parte sua – ha concluso Bini – la Camera di commercio deve, quindi, compiere un salto di qualità nella programmazione delle politiche di sostegno all'economia: uno scatto di reni che ci attendiamo, naturalmente, anche dagli altri attori economici e sociali ai quali dichiariamo piena disponibilità a collaborare" ■



L'INTERVISTA

Aldo Ferrari, cede il testimone dopo due mandati consecutivi "Anni decisivi per la modernizzazione dell'ente"

Dieci anni di presidenza, un doppio mandato vissuto in modo intenso da Aldo Ferrari, imprenditore del settore commerciale, alla guida della Camera di commercio di Reggio Emilia. Sono stati anni decisivi per l'ente di Palazzo Scaruffi nel quadro del riordinamento complessivo del sistema camerale determinato dall'introduzione della legge di riforma 580 del 1993. "Un passaggio epocale – sottolinea Aldo Ferrari – che ha portato alla concreta modernizzazione e all'acquisizione di una maggiore autonomia delle Camere di commercio, sempre più a supporto del sistema delle imprese. Su questa base, insieme agli organi collegiali e ai vertici della struttura, è stata impostata l'attività di questo decennio, in cui si è cercato di valorizzare il mondo imprenditoriale come risorsa e di radicare la Camera di commercio al centro della vita economica del territorio".

Quali sono stati i criteri generali che hanno ispirato il lavoro?

"Si possono riassumere nella concertazione degli interventi su obiettivi individuati in coordinamento e sinergie: penso a iniziative riguardanti l'export – fondamentale visto che il territorio è arrivato a esportare il 47% di quanto produce – la formazione, le infrastrutture che sono state portate avanti in collaborazione con Comune e Provincia. Importante è stato il coinvolgimento delle associazioni di categoria e la progettazione di iniziative di sistema. A questo riguardo, specie per l'internazionalizzazione e l'attività dell'ufficio studi, si è approfondito il rapporto con Unioncamere regionale".

Quali, a suo giudizio, i risultati più importanti raggiunti in questi dieci anni?

"Sicuramente il rafforzamento del polo universitario e la nascita di una struttura come Reggio Emilia Innovazione, che potrà dare sviluppo al rapporto tra università e imprese, attraverso le associazioni di categoria. Di rilievo sono state diverse iniziative di marketing territoriale come il contributo che la Camera ha dato nella progettazione di grandi opere, firmate da Santiago Calatrava, per la riqualificazione della zona nord della città, secondo un progetto coerente di sviluppo".

Anche la stessa Camera di Reggio ha riqualificato e ammodernato i propri spazi.

"Il riordino del patrimonio immobiliare è

avvenuto in tre fasi: prima con la creazione della sala contrattazione e di uffici camerali nella zona fieristica, quindi la sistemazione degli uffici di piazza della Vittoria con il recupero di 700 metri quadrati che ha consentito di abbandonare un intero piano preso in affitto. Infine la ristrutturazione di un edificio storico, il palazzo intitolato a Gaspare Scaruffi, grande economista del passato, recuperato come sede istituzionale nel cuore della città. Va considerata anche l'operazione di cessione delle azioni dell'AutoBrennero che ci ha consentito di incassare risorse per affrontare investimenti, e di rafforzare il sostegno alle imprese attraverso i Consorzi Fidi".

Quali le priorità per il suo successore?

"Riguardo alle infrastrutture, penso all'impegno per il centro fieristico, uno spazio di nicchia, ma efficiente e con i conti in attivo e alla questione, da risolvere, dell'aeroporto. La Camera di commercio dovrà puntare a rafforzare gli strumenti di giustizia alternativa per essere sempre più un punto di riferimento per l'imprenditoria, ruolo che sta assumendo d'altra parte grazie a un Registro delle imprese all'avanguardia, e a un rapporto immediato con le aziende come dimostra il servizio Starweb, che per prima in regione, e terza in Italia, la Camera di Reggio ha attivato".

Il futuro di Aldo Ferrari è ancora legato al sistema camerale con la presidenza di Ifoa, il centro di formazione e servizi delle Camere di commercio.

"Ifoa ha centrato l'obiettivo dell'equilibrio economico e patrimoniale, si sta aprendo al mercato e sta acquisendo commesse in Italia e all'estero per progetti formativi di notevole rilievo. C'è una professionalità importante che può essere ancor più valorizzata" ■



Dopo un primo semestre molto positivo, l'anno rischia di chiudersi con un "pareggio"

Monitor dei distretti

Luci e ombre sul 2008

In crescita, capaci di espandersi su nuovi mercati come la Russia, la Polonia, l'Iran e gli Emirati Arabi neutralizzando così gli arretramenti su aree storiche come gli Stati Uniti e il Giappone, i distretti produttivi dell'Emilia-Romagna confermano la loro capacità competitiva chiudendo i primi nove mesi

del 2008 con un incremento del volume delle esportazioni pari al 5%, contro un dato medio Italia che segna una flessione: meno 0,4%. Una performance nonostante tutto brillante, che li pone al secondo posto nel Paese dopo la Campania – che raggiunge un incremento dell'ex-

port superiore all'11% – ma con una brusca frenata rispetto ai primi sei mesi dell'anno e destinata secondo le associazioni di categoria a non essere confermata nella seconda parte dell'anno a causa delle ricadute sull'economia reale della crisi internazionale dei mercati finanziari.

È il monitor dei distretti, redatto per conto di Carisbo dal Centro studi del gruppo Intesa-San Paolo sulla base dell'elaborazione di dati Istat, a fare il punto sull'andamento delle esportazioni. L'Emilia-Romagna supera regioni come la Lombardia, dove la crescita del volume dell'export è arrivata al 3,6%, e va in controtendenza rispetto al Triveneto: Veneto e Friuli-Venezia Giulia registrano infatti, rispettivamente, una flessione del 3,5% e una stabilità. Nella prima metà dell'anno, poi, il valore delle esportazioni per i 14 cluster individuati dal gruppo bancario aveva già superato i 4,6 miliardi, confermando una tendenza alla crescita che aveva portato i distretti a chiudere nel 2007 il bilancio delle

esportazioni con oltre 8,6 miliardi, in aumento rispetto all'anno precedente del 13,1%. Una dinamica di sviluppo destinata però a subire un netto rallentamento, di cui potrebbero fare le spese soprattutto le piccole e medie imprese. "Da ottobre la situazione è crollata", dice il segretario regionale di Cna Gabriele Morelli. "A fronte di una prima parte dell'anno in cui, a parte le difficoltà registrate dall'agroalimentare e dal sistema moda, abbiamo rilevato una buona performance del settore della meccanica, adesso intere filiere sono bloccate. È la conseguenza della situazione internazionale – osserva Morelli – di cui in particolare il manifatturiero sta subendo contraccolpi importanti. Molte imprese stanno

ricorrendo alla cassa integrazione, i dati in nostro possesso giustificano una forte preoccupazione".

È la stretta creditizia, unita alla contrazione dei consumi, a generare le maggiori difficoltà. "Le nostre imprese stanno tentando di tenere le posizioni acquisite ma è necessario – prosegue Morelli – garantire alle aziende l'accesso al credito a costi contenuti. Insieme alla Regione stiamo mettendo insieme un pacchetto di incentivi con il sistema dei Confidi, grazie a un protocollo che mette in campo un plafond di 1 miliardo destinato alle piccole imprese. Ma occorrono grandi politiche di rilancio dei consumi e delle opere infrastrutturali, oltre a un forte abbassamento del tasso di

L'Emilia-Romagna, secondo l'indagine, resta tra le migliori a livello nazionale. Ma si teme il crollo



sconto da parte della Banca europea, che su questo versante procede con troppa lentezza”.

Una valutazione condivisa dal presidente regionale di Confartigianato, Giampaolo Palazzi. “La sensazione che riceviamo attraverso il contatto con le imprese aderenti alla nostra associazione è che i dati del gruppo Intesa-San Paolo non potranno essere confermati nel secondo semestre del 2008. Come già accaduto in passato la nostra regione saprà resistere meglio agli sconquassi che stanno per attraversare l'economia reale, ma non possiamo illuderci – avverte – che quanto accaduto negli ultimi mesi in campo finanziario non abbia conseguenze sulle imprese emiliano-romagnole”.

A trainare le buone performance nelle esportazioni sono soprattutto le aree emergenti come quelle di Russia, India e Cina. Ma vanno bene anche Polonia, Romania, Repubblica Ceca, Arabia Saudita, Emirati Arabi, Iran, Marocco ed Egitto. “Non possiamo dimenticare però – osserva Palazzi – che sono mercati che non danno certezze per il futuro e che



L'ANALISI

Maurizio Marchesini (Unindustria Bologna):
il “picco” della crisi arriverà in primavera

“Le industrie funzionano, ma sono frenate dalla finanza”

“La crescita dell'export è destinata a essere confermata per tutto il 2008. Le più grosse difficoltà le avremo probabilmente a partire dalla primavera del 2009”. Maurizio Marchesini, amministratore delegato di Marchesini Group e presidente del settore metalmeccanico di Unindustria Bologna, è un po' una voce fuori dal coro. Per la “packaging valley” del Bolognese, reduce da un primo semestre con un aumento delle esportazioni dell'8,9% (il distretto genera il volume delle esportazioni più elevato della regione, dopo quello delle piastrelle di Sassuolo), si profila infatti una buona tenuta anche nella seconda parte dell'anno, ma una frenata nel 2009.

Quali problemi state rilevando?

“Si stanno manifestando soprattutto in quei Paesi, come quelli dell'area dell'Est Europa, che non hanno capacità proprie e dipendono dal sistema creditizio. Siamo di fronte a una crisi strana: la progettualità non manca e le società vogliono acquisire mercati. Sono però frenate dalla crisi finanziaria, anche se il rallentamento per ora non è brusco. Per adesso non c'è ancora contrazione, non verifichiamo cambiamenti. I primi problemi cominceremo a vederli dal mese di marzo. Bisognerà verificare se ci sarà una tenuta dei consumi e della richiesta di macchinari”.

Come vi state preparando per affrontare la crisi?

“Credo che il modo giusto sia quello di continuare a lavorare intensamente, rafforzando le reti commerciali e distributive e innovando il prodotto. Bisogna approfittare della situazione per approfondire la propria presenza sui mercati, spingendo con forza sul pedale della R&S e dell'innovazione. Un imprenditore non ha molti altri modi per reagire”.



C'è preoccupazione?

“Per ora prevalgono le perplessità e una posizione attendista. Del resto siamo reduci da una serie di manifestazioni fieristiche dove abbiamo visto che i clienti acquisiti o potenziali si presentano con progetti seri. Tutti ci parlano di tagli ai budget ma non ci dicono di quanto”.

Quali sono i mercati esteri più promettenti per l'export?

“Sono sicuramente l'India e la Cina, Paesi dove però esiste una forte competizione interna. La maggiore capacità di penetrazione su questi mercati che noi possiamo mettere in campo è data dalla qualità e dalla possibilità di dare risposte a singole esigenze specifiche del cliente. Quando la competizione si sposta sul terreno della qualità, infatti, noi siamo ancora vincenti. Tra i mercati promettenti c'è anche tutta la fascia mediorientale, compresa l'area del Maghreb, che è in crescita” ■



non sono alla portata di tutte le aziende. Inoltre la flessione delle esportazioni verso l'America, da sempre mercato di riferimento di molte delle produzioni dei maggiori distretti regionali, non può che proseguire”.

Anche Confartigianato lancia l'allarme per la stretta creditizia: “La conseguenza più tangibile di quanto sta accadendo sui mercati finanziari – conclude Palazzi – è il mutato atteggiamento delle banche: la crisi internazionale ha creato le condizioni per una stretta sul credito alle piccole e medie imprese, vera ossatura della nostra economia. Per questo, come Confartigianato, stiamo facendo di tutto per ottenere dal Governo sostegni in un momento così delicato. Riteniamo necessario e urgente un piano organico di interventi articolato su quattro fronti: rafforzamento degli strumenti di garanzia pubblica al credito alle piccole e medie imprese; finanziamenti a breve alle piccole e medie imprese per soddisfare la liquidità straordinaria di questo periodo; potenziamento del sistema mutualistico dei 251 Confidi dell'artigianato; sostegno ai processi di investimento e sviluppo”.

Tornando al rapporto del gruppo Intesa-San Paolo, emerge che a trainare la crescita delle esportazioni è il distretto delle macchine agricole di Modena e Reggio Emilia che, in forte ripresa, segna un più 30,8%. Seguono il distretto calzaturiero di San Mauro Pascoli, nel Forlivese,

che si assesta su un più 28,2%. In crescita anche i cluster dell'abbigliamento e delle macchine per il legno di Rimini, che raggiungono rispettivamente un più 14,7% e un più 13,5%. In flessione invece i distretti del mobile imbottito di Forlì, che segna un meno 4,9%, del food machinery di Parma (meno 5,9%), del biomedicale di Mirandola, nel Modenese, che perde il 5,7%. In calo anche il distretto delle piastrelle di Sassuolo, con meno 2,9%.

Nel caso delle macchine agricole di Reggio Emilia e Modena si registra un risultato brillante sul mercato statunitense, prima area per l'export, che cresce del 10,8%. Insieme alla Francia e al Regno Unito, dove l'export aumenta rispettivamente del 94,9 e del 100,4%, assorbe la forte contrazione sul mercato russo (meno 36,7%). Per questo cluster l'area più promettente si rivela però il Marocco che, seppur ancora mercato di frontiera, si attesta su una crescita che supera il 135,8%. Per il calzaturiero di San Mauro Pascoli è invece il forte rafforzamento del presidio sul mercato arabo a trainare l'incremento delle esportazioni, accompagnato da una crescita anche nell'area dell'Ucraina e sul mercato inglese. In espansione anche il mercato russo, che si conferma il principale bacino di sbocco estero per le aziende calzaturiere del Forlivese.

In crescita, seppur lieve, anche il distretto alimentare di Parma, che ha messo a segno uno 0,2% in più nel volume delle esportazioni, e che ha ricevuto segnali incoraggianti anche nell'ultima parte dell'anno. “Questo settore – spiega infatti il responsabile del Centro studi di Assindustria Parma, Eros Baroni – è anticiclico e risente con maggiore ritardo rispetto ad altri degli andamenti della congiuntura internazionale. L'impegno profuso dagli imprenditori negli anni passati ha portato buoni risultati: gli indicatori che arrivano sono moderatamente positivi. Diverso il discorso per il food machinery: la crisi internazionale ha prodotto un congelamento degli investimenti, con una diminuzione della richiesta di beni strumentali”. Per le imprese del settore alimentare sono alcune aree europee,

come Belgio e Spagna, e gli Stati Uniti a neutralizzare gli arretramenti sul mercato tedesco (meno 11%), su quello del Regno Unito (meno 6,3%) e su quello francese (meno 5,8%).

Il distretto delle piastrelle di Sassuolo paga invece una forte contrazione sul mercato statunitense che, pur rimanendo il secondo bacino per l'export dopo la Francia, subisce una flessione del 30,6%. Una contrazione che è in parte controbilanciata da una netta crescita in Russia (più 12,4%), in Austria (6,9%) e in Grecia (4,1%). Nei primi nove mesi dell'anno ha messo a segno una buona performance anche il distretto dell'abbigliamento e della maglieria di Carpi, anche se con un accentuato rallentamento rispetto al primo semestre. La crescita del volume dell'export (più 4,8%) è stata trascinata dalla Russia (più 31,8%), dal Regno Unito (più 14%), dalla Svizzera (più 12,4%) e ha consentito di neutralizzare il forte arretramento negli Stati Uniti (meno 18,3%) e in Germania (meno 8,1%).

Per quanto riguarda, in generale, le aree di esportazione dei distretti produttivi, la Francia si riconferma il principale sbocco commerciale, seguita dagli Stati Uniti, dalla Germania, dalla Spagna. La Russia si colloca al quinto posto e fa un balzo in avanti con un più 26%. Se in Europa sono mercati come quello russo, polacco e sloveno a trainare l'incremento dell'export, si riconferma la capacità di penetrazione dei distretti emiliano-romagnoli in aree come quella del Benelux, della Danimarca, e della Grecia, mentre si rafforzano aree come quella del Regno Unito, della Svizzera e dell'Austria. Oltreoceano si rivela un mercato promettente quello dell'Australia, con una crescita del 31%. Nuove frontiere particolarmente interessanti sono costituite da India ed Egitto (che crescono rispettivamente del 37,8% e del 74,7%). Un presidio che viene rafforzato è quello degli Emirati Arabi Uniti (l'export aumenta del 42%); in netta flessione invece le esportazioni verso il Giappone, che calano del 17,2%. In flessione anche il mercato canadese (meno 14,4%), al tredicesimo posto ■

EMILIA-ROMAGNA: DONNE E IMPRESA, IL VALORE DI UN'ESPERIENZA

Superato, con tre anni di anticipo, l'obiettivo europeo per il 2010 di avere almeno il 60% di donne lavoratrici. Nella nostra regione il tasso d'occupazione è cresciuto in misura molto rilevante, dal 50% del 1995 al 62,1% nel 2007, valore nettamente superiore, tra l'altro, anche alla media del Nord-Est (57,5%) e, soprattutto, nazionale (46,7%). E sebbene oggi il valore della produzione delle imprese guidate da donne valga 2,24 miliardi di euro, il 15% in più rispetto al 2004, rimangono alcune disparità tra uomini e donne per quanto riguarda quantità di reddito e qualità del lavoro: la strada, dunque, è ancora lunga.

Se ne è parlato a Bologna al convegno "Imprenditoria femminile in Emilia-Romagna - Traiettorie di sviluppo e processi di valorizzazione", voluto per approfondire con Università, Censis e Banca d'Italia, i temi su cui si è cimentato in questi anni il Programma imprenditoria femminile della Regione Emilia-Romagna.

Nell'occasione, è stato illustrato un corposo lavoro d'analisi sull'imprenditorialità femminile nel territorio regionale, realizzato dal Programma in collaborazione con l'Università di Bologna Dipartimento di statistica, che coniuga l'impresa, le professioni ordinarie e il lavoro autonomo, considerandole appunto leve paritetiche dello sviluppo economico del territorio.

Si scopre che le imprese femminili crescono dal 2003 al 2007 di oltre il 5,3%, arrivando a 87.090 unità. Si osserva anche un lento ma progressivo aumento dell'incidenza delle imprese femminili sul totale delle imprese attive (che passa a livello regionale dal 19,9% del 2003 al 20,3% del 2007).

Quelle in rosa sono realtà prevalentemente concentrate nei settori "tradizionalmente femmini-



li", legati quindi ad una economia di territorio che assicura coesione sociale e qualità.

Interessante tuttavia appare una crescita delle presenze femminili in settori considerati maschili. La distribuzione settoriale dell'imprenditoria femminile si concentra infatti nel commercio (28,6%) seguito dal comparto agricolo (18,1%); nel quinquennio le attività manifatturiere (12,1%) cedono la terza posizione ai servizi nel settore immobiliare, informatica e ricerca (14,3%) che da solo assorbe il 65% dell'intero volume di crescita delle imprese femminili con un saldo positivo di ben 2.850 aziende.

Dal punto di vista economico e patrimoniale le imprese femminili presentano indici di redditività positivi. Le imprese di maggiore dimensione si concentrano soprattutto nei settori della meccanica e del commercio all'ingrosso, mentre i ricavi maggiori si trovano nelle aziende del tessile e del comparto alimentare. Le imprenditrici sono in calo: a fine 2007 le cariche societarie in capo a donne in Emilia-Romagna sono pari a 233.980, vale a dire il 7,6% in meno rispetto al 2003. E' un fenomeno dovuto in particolare al calo del numero di imprenditrici agricole, e ciò non rappre-

presenta una tendenza non solo di genere. Si riducono in particolare le cariche femminili soprattutto fra le più giovani (18-29 anni) la cui incidenza scende dal 7,8% nel 2003 al 5,4% nel 2007. Tale fenomeno tuttavia può essere generato da alcune concause: invecchiamento della popolazione, il crescere del livello medio di istruzione che comporta un'entrata nel mondo del lavoro ritardata, la costante diminuzione della disoccupazione di quella giovanile e femminile che almeno in regione fa calare la necessità di ricorrere a forme di auto impiego. Rappresenta però anche un deficit di ricambio generazionale.

Per le giovani donne va meglio nelle professioni: "la partecipazione ed il livello di reddito di alcune professioni ad esclusivo retaggio maschile sta invertendo la tendenza nelle nuove generazioni in particolare nelle classi inferiori a 35 anni d'età. Ciò si rileva in particolare nelle professioni di medico, notaio, tra i commercialisti, tra i giornalisti e anche tra i giovani ingegneri." In totale sono circa 150 mila in regione le professioniste donne, e sono sempre più numerose. A livello di reddito, anche tra i professionisti, la distorsione fra maschi e femmine rimane comunque elevata.

All'anagrafe delle imprese in rosa, il segno rimane positivo anche nell'ultima rilevazione dell'Osservatorio dell'Imprenditoria femminile, l'indagine semestrale realizzata da Unioncamere e dal sistema camerale. Al 30 giugno scorso, ultima rilevazione disponibile, il numero complessivo delle imprese femminili attive in Italia è di 1 milione 243.824 il numero. Per quanto ridotta (+0,45% l'aumento nell'arco dei dodici mesi considerati), la vivacità dell'universo imprenditoriale femminile spicca al confronto della sostanziale immobilità del panorama complessivo del tessuto imprenditoriale del paese il cui tasso di crescita, nello stesso periodo, ha fatto segnare esattamente lo zero. In Emilia-Romagna, su 429.171 imprese attive, sono 87.474 quelle femminili, con una percentuale del 20,38%.

Imprenditrici e professioniste in prima linea per lo sviluppo dell'economia dell'Emilia-Romagna

Dal Programma regionale per l'imprenditoria femminile, i dati e le informazioni qualitative sui principali aspetti della vita delle imprese e delle professioni gestite da donne

È dal 2001 che con i programmi regionali per l'imprenditoria femminile Legge 215/92, la Regione Emilia-Romagna è impegnata a sostenere lo sviluppo della presenza femminile in economia. I risultati consegnati dall'esperienza di tre edizioni del programma fanno parlare di un bilancio d'attività positivo. Tra i fiori all'occhiello dell'ultima edizione del programma c'è l'elaborazione di informazioni innovative di genere sull'economia regionale ossia la produzione di un "Rapporto sull'imprenditorialità femminile in Emilia-Romagna" realizzato in collaborazione con il Dipartimento di Statistica dell'Università di Bologna. Un lavoro innovativo in Italia per tre scelte fondamentali effettuate: analizzare congiuntamente imprese, lavoro autonomo e professionismo, considerando queste leve paritetiche dello sviluppo economico della nostra realtà produttiva; ricostruire pur nella limitatezza delle fonti disponibili, il valore aggiunto che questo universo dà all'economia regionale; analizzare su un campione d'impresie i comportamenti e le strategie

attuato rispetto ad alcune variabili cruciali per lo sviluppo (dimensionamento, innovazione, accesso al credito responsabilità sociale, tempi delle imprenditrici e conciliazione). In un contesto dove anche attraverso politiche e programmi regionali si è impressa un'accelerazione alle trasformazioni strutturali di un tessuto produttivo altamente specializzato e qualificato, "la componente femminile del mondo produttivo deve essere valorizzata e supportata con decisione" come afferma l'assessore Duccio Campagnoli, "perché la partecipazione diffusa delle donne all'economia e al lavoro è un motore dello sviluppo e della ricchezza economica e sociale dei territori". Infatti, le imprese femminili crescono dal 2003 al 2007 di oltre il 5,3%, concentrate nei settori "tradizionalmente femminili", legati quindi ad una economia di territorio. Nelle professioni la partecipazione ed il livello di reddito di alcuni mestieri ad esclusivo retaggio maschile, sta invertendo la tendenza nelle nuove generazioni. Il dato evidenzia il progressivo maggior accesso delle donne ad alcune professioni, congiuntamente all'aumento di colo-

ro che frequentano l'università ed in particolare determinate facoltà. Il lavoro parasubordinato e professionale (fondo di gestione separata Inps) vede crescere gli iscritti, anche a fronte di politiche che tendono alla perequazione delle aliquote contributive e un innalzamento dell'età media. Ma è dall'indagine qualitativa effettuata che arrivano le informazioni di maggior rilievo. Dal punto di vista economico e patrimoniale, le imprese femminili presentano indici di redditività positivi per tutte le dimensioni economiche. Il valore della produzione prodotto cresce del 15% in più rispetto al 2004. I costi del personale per impresa femminile crescono del 15% e sempre nel 2006 complessivamente le immobilizzazioni immateriali (spese per R&S; brevetti industriali, opere d'ingegno, concessioni, licenze e marchi) ammontano ad oltre 59 milioni di euro pari al 10% rispetto al totale delle immobilizzazioni. Si rivelano performance positive dell'indice di disponibilità garantendo una buona liquidità e solvibilità delle imprese femminili (società di capitali). L'indice strutturale relativo alla copertura delle immobilizzazioni mostra come le fonti di finanziamento interne ed esterne riescono a coprire interamente le immobilizzazioni e questo appare un dato in crescita. Questi appaiono inoltre condizioni fondamentali anche per affrontare periodi di difficoltà e ristrutturazione. L'impresa femminile ricorre in modo diffuso ad associazioni di categoria specialmente nelle fasi di avvio, riflettendo una volontà di aggregazione e di sentirsi parte di una rete, confermata anche dal fatto che le strategie di ampliamento dichiarate passano dalla

ricerca di accordi con altre imprese. L'innovazione tecnologica è presente in modo differenziato nelle imprese femminili. Nel settore manifatturiero innovano in egual misura le imprese piccole e medie, negli altri settori la dimensione diventa un fattore fortemente discriminante. Gran parte delle innovazioni di processi produttivi in tutti i settori, ha riguardato macchinari, attrezzature e il sistema informativo. Nel comparto della sanità e dei servizi acquistano, invece, particolare rilevanza le innovazioni collegate al controllo di qualità e la certificazione. La maggioranza delle innovazioni del processo produttivo sono sviluppate dall'azienda stessa. Il settore che si avvale di più della collaborazione di centri di ricerca privati e pubblici è quello dei servizi. Le innovazioni di prodotto vengono sviluppate mediante l'introduzione di nuovi prodotti e di miglioramento e/o cambiamento dei prodotti esistenti, in misura minore si innova attraverso acquisto di marchi e brevetti. Le imprese femminili innovano anche tutti gli aspetti dell'organizzazione aziendale. L'impresa femminile evidenzia una particolare sensibilità al tema della responsabilità sociale, con particolare attenzione al riciclo di materiali e/o all'utilizzo di materiali riciclati, al risparmio energetico e alla salvaguardia ambientale. Il tema dell'istituzione dei servizi di conciliazione (asili nido, forme speciali di flessibilità) è rilevante nelle imprese di maggiori dimensioni. I "tempi" vedono ancora la donna imprenditrice costretta tra una mole eccessiva di lavoro "fuori e in casa". L'aspetto economico, legato alla remunerazione non sembra capace di compensare i sacrifici che le donne imprenditrici sono chiamate a sostenere per il loro ruolo. Si può quindi parlare di imprenditorialità femminile come presenza non residuale dell'economia regionale e con un potenziale ancora tutto da scoprire per immettere novità nelle dinamiche di cambiamento del sistema socio-economico dell'Emilia - Romagna.

Numero di iscritti agli Enti e Casse previdenziali in regione

Enti/Casse di Previdenza	Dati al	Maschi	Femmine	Totale Regione	% Femmine	Note
ENPAM - Medici	31/12/2007	248.924	134.636	383.560	35,1%	a)
Notariato	31/12/2006	312	113	425	26,6%	b)
INARCASSA - Ingegneri e Architetti LP	31/01/2008	2.850	6.612	9.462	69,9%	
CNPADC - Dott. Commercialisti	31/12/2007	2.450	1.396	3.846	36,3%	c)
INPGI - Giornalisti	31/12/2007	971	704	1.675	42,0%	d)
ENPAEL - Consulenti del Lavoro	31/12/2007	484	652	1.136	57,4%	e)
ENPAPI - Infermieri	31/12/2007	314	949	1.263	75,1%	f)
ENPAB - Biologi	31/03/2008	133	439	572	76,7%	g)
ENPAV - Veterinari	31/12/2007	930	626	1.556	40,2%	
EPPPI - Penit. Industriali Lauroati	31/12/2006	1.783	42	1.825	2,3%	

a) Tra i giovani medici (fino a 39 anni) le donne sono il 56,3%

b) Tra i giovani notai (fino a 39 anni) le donne sono il 46,2%

c) Tra i giovani dottori commercialisti (fino a 39 anni) le donne sono il 49%

d) Tra i giovani giornalisti (fino a 39 anni) le donne sono il 53,1%

e) Tra i giovani consulenti del lavoro (fino a 39 anni) le donne sono il 64,1%

f) Tra i giovani infermieri (fino a 39 anni) le donne sono il 67,1%

g) Tra i giovani biologi (fino a 39 anni) le donne sono il 79,7%

Uno sguardo alle politiche di genere

L'imprenditorialità femminile in Italia e in Emilia-Romagna acquisisce una dimensione sempre più rilevante, non solo in termini puramente economici, ma anche come ricadute a carattere sociale. I molteplici aspetti sollevati dall'imprenditorialità femminile sono tali da meritare una particolare attenzione.

La Regione Emilia - Romagna, nel suo Statuto e nei suoi Documenti di programmazione, fornisce punti di riferimento anche metodologici per rimuovere gli ostacoli alla realizzazione delle pari opportunità. La Regione ha inoltre istituito, con propria deliberazione n. 1057/06, l'"Area d'integrazione del punto di vista di genere e valutazione del suo impatto sulle politiche regionali", al fine di affrontare le politiche di pari opportunità di genere in modo integrato, con un approccio coerente con le indicazioni comunitarie.

Come spiega Sonia Di Silvestre, coordinatrice del programma IF, "l'obiettivo generale delle politiche regionali per lo sviluppo, attraverso le programmazioni attuate e quelle da realizzare, è di collocare stabilmente l'Emilia-Romagna nel contesto delle regioni europee di eccellenza, esemplari per il loro dinamismo socio-economico, per la capacità d'innovazione e per la qualità sociale. È proprio in questo contesto che hanno trovato spazio le politiche di sviluppo locale legate in particolare all'impresa e al lavoro autonomo femminile". Gli strumenti programmatici che accompagnano il processo di sviluppo territoriale in Emilia-Romagna, sono diversi: Docup, Programma Triennale per le Attività Produttive, PRIITT, POR, e i Programmi Regionali per l'imprenditoria Femminile (tre edizioni realizzate dal 2002).

Le scelte operate ad oggi da parte dell'Amministrazione pubblica hanno in qualche modo influenzato le dinamiche dell'imprenditorialità femminile locale di cui è stato possibile individuare specifiche parole chiave incrociate nelle tabelle alle misure regionali attuate negli anni 2003-2007.

INNOVAZIONE

Programma Triennale per le Attività Produttive 2003-2005:

- Generazione di nuove attività imprenditoriali e professionali ad alto contenuto tecnologico, priorità per gli spin-off a conduzione prevalentemente femminile (Misura 3.2, Azione B)

Docup Obiettivo 2

- Misure per Innovazione e qualificazione imprenditoriale della piccola impresa (misura 1.2), premialità per le imprese femminili

Programma regionale per l'imprenditoria femminile legge 215/92 VI Bando

- Work-shop su "Imprenditrici e professioniste per Innovare" all'interno dell'iniziativa Research To Business (3-4 Maggio 2007)
- Azioni di promozione per azioni di matching fra ricercatrici e sistema delle imprese in collaborazione con le Università della Regione
- Premio "Imprenditrici e professioniste per innovare"
- Seminari territoriali di diffusione delle opportunità per imprese, imprenditrici e professioniste sul tema dell'innovazione e della ricerca
- Partecipazione delle imprese femminili a R2B (Giugno 2008) con stand e Workshop "Women in Innovation"

RETI E SERVIZI

Programma triennale per le Attività Produttive 2003-2005:

- Interventi a favore della messa in rete di servizi rivolti al territorio (Misura 7.1), priorità per progetti diretti a favorire l'impresa femminile e giovanile e le pari opportunità
- Contributi a reti di imprese per progetti di qualità e innovazione organizzativa (Misura 2.1, Azione B), premiate le reti con imprese femminili
- Contributi a sostegno di progetti di forme associative di lavoratori autonomi (Misura 4.1, Azione A) premiati interventi di integrazione e collaborazione tra più soggetti associativi per lo sviluppo di servizi congiunti, di promozione di pari opportunità

Programma regionale per l'imprenditoria femminile legge 215/92 VI Bando:

- Censimento reti web imprenditoria femminile
- Tavolo regionale Imprenditoria Femminile

STRUTTURAZIONE - QUALIFICAZIONE

Programma Triennale per le Attività Produttive 2003-2005:

- Contributi per iniziative d'informazione, formazione, studio e ricerca, per la diffusione degli strumenti finanziari volti alla capitalizzazione delle piccole e medie imprese (Misura 1.3, Azione B) con particolare attenzione agli strumenti finanziari utili a favorire l'imprenditoria femminile e giovanile
- Interventi a sostegno della crescita d'impresa (Misura 1.1 azione A), priorità per l'impresa femminile e giovanile
- Interventi a sostegno della crescita e dello sviluppo competitivo delle imprese artigiane attraverso il sostegno agli investimenti innovativi (bandi 2006, 2007 ai sensi dell'art. 40 comma 1 lettera d) della legge regionale 3/1999), previsto un abbattimento nella misura corrispondente all'80% del tasso ufficiale di riferimento per imprese giovanili e femminili

Docup Obiettivo 2

- Interventi per la qualificazione e il sostegno delle imprese del turismo (Misura 1.3), priorità per le imprese femminili a livello provinciale
- Interventi per la valorizzazione delle attività commerciali in zone sfavorite (Misura 1.3b), priorità per le imprese femminili a livello provinciale

CREDITO

Programma triennale per le Attività Produttive 2003-2005:

- Fondi regionali di garanzia per l'accesso al credito ("Interventi a sostegno della crescita d'impresa" e Misura 1.1 azione A; "Creazione di nuove imprese e ricambio generazionale: interventi regionali") priorità per le imprese femminili e giovanili

Programma regionale per l'imprenditoria femminile legge 215/92 VI Bando

- Mappatura del fabbisogno di credito delle imprese e delle imprenditrici, benchmarking delle esperienze nazionali e regionali per la facilitazione dell'accesso al credito delle imprese femminili e delle professioniste

TEMPI

Programma triennale per le Attività Produttive 2003-2005:

- Contributi a reti di imprese per progetti di qualità e innovazione organizzativa (Misura 2.1, Azione B). Progetti per l'avvio o lo sviluppo di nuovi servizi, a livello di rete di imprese, finalizzate a favorire la conciliazione dei tempi di vita e di lavoro
- Contributi a progetti finalizzati all'integrazione e allo sviluppo delle imprese cooperative emiliano - romagnole (Misura 2.2, Azione B, LR 22/90, art.5), richiesti progetti di sperimentazione di sistemi organizzativi per la conciliazione dei tempi e di stimolo alla creazione di imprese cooperative, in particolare nei settori dei servizi alla famiglia

RESPONSABILITÀ SOCIALE

Programma triennale per le Attività Produttive 2003-2005

- Misura 2.1 - Azione C. Ricerca, sperimentazione e realizzazione di sistemi di adozione della responsabilità sociale. Interventi diretti a sviluppare una cultura imprenditoriale e ambienti di lavoro socialmente responsabili

PROFESSIONI E LAVORO INDIPENDENTE

Programma triennale per le Attività Produttive 2003-2005

- Contributi ai lavoratori autonomi e contributi ai Liberi professionisti (Misura 4.1 e 4.2)

Docup Obiettivo 2

- Sostegno a progetti professionali (Misura 1.4 azione B)

Programma regionale per l'imprenditoria femminile legge 215/92 VI Bando

- Monitoraggi degli interventi
- Social Network per giovani creativi, studio di fattibilità e implementazione del portale

DISUGUAGLIANZE NELLE CARRIERE E NEL LAVORO

Programma triennale per le Attività Produttive 2003-2005

- Contributi a reti di imprese per progetti di qualità e innovazione organizzativa (Misura 2.1, Azione B), priorità per progetti a favore della crescita e del coinvolgimento di risorse umane femminili e giovanili
- Contributi per i progetti di Qualità (misura 2.1 Azione A) concernenti l'innovazione organizzativa, previsto il criterio della valorizzazione delle risorse umane anche nell'ottica del riconoscimento delle diversità di genere.
- Contributi a progetti finalizzati all'integrazione e allo sviluppo delle imprese cooperative emiliano - romagnole (Misura 2.2, Azione B, LR 22/90, art.5), richiesti progetti che prevedono una partecipazione prioritaria di cooperative femminili, incentivano la presenza femminile nei ruoli decisionali e nei settori innovativi
- Interventi per lo sviluppo e la qualificazione dell'impresa cooperativa (Misura 2.2 azione A - art 2 legge 22/90), previsti progetti per la promozione e valorizzazione della presenza femminile nelle imprese cooperative in particolare nei consigli di amministrazione e nel management delle imprese cooperative

Le indicazioni dell'Osservatorio regionale delle Camere dell'Emilia-Romagna



Ugo Girardi, segretario generale Unioncamere

L'Emilia-Romagna vanta a livello nazionale una delle più elevate partecipazioni femminili al mercato del lavoro, al punto da aver già raggiunto gli obiettivi fissati per il 2010 dalla strategia di Lisbona. Nell'ambito dell'imprenditoria femminile alla fine del 2007 si continua a registrare, invece, un'incidenza sul totale delle imprese attive più contenuta rispetto a quella media del Paese (20,3 % a fronte della media nazionale del 24,0 %).

Questo diverso posizionamento si può correlare alla diversa (e minore) incidenza dell'autoimpiego a livello regionale. Come è noto, il fenomeno dell'autoimpiego tende ad essere più consistente nelle aree nelle quali il mercato stenta ad assorbire l'offerta di lavoro. L'Emilia-Romagna, invece, si caratterizza per una situazione prossima alla piena occupazione e le decisioni di aprire un'attività imprenditoriale sono, quindi, meno influenzate dallo stato di necessità a cui si è fatto già riferimento.

“In Emilia-Romagna – spiega Ugo Girardi, segretario generale Unioncamere Emilia Romagna – è da tempo maturata la consapevolezza che la promozione dell'imprenditoria femminile costituisce una politica con valenza generale. Serve, in altre parole, a

promuovere sviluppo e crescita economica tout court. “La promozione delle donne a creare nuove attività imprenditoriali può rivelarsi - prosegue Girardi - come indicato anche nella Carta europea per l'uguaglianza e la parità tra le donne e gli uomini nella vita locale, un fattore trainante dello sviluppo economico e contribuisce a determinare crescita del PIL e occupazione aggiuntiva”.

Dal 2003 al 2007 il numero delle imprese femminili attive in regione è aumentato di 4.395 unità in valore assoluto e del 5,3 in termini percentuali. Nello stesso arco di tempo, il complesso delle imprese attive in Emilia-Romagna è cresciuto del 3,5 per cento. A livello nazionale l'aumento delle imprese femminili è stato pari al 5,8 per cento, a fronte di un aumento complessivo delle imprese attive pari al 3,6 per cento. I dati ribadiscono anche in ambito regionale il maggior dinamismo imprenditoriale delle donne, con conseguente lento ma costante aumento dell'incidenza delle imprese femminili sul totale delle imprese attive (dal 19,9 % del 2003 al 20,3% del 2007).

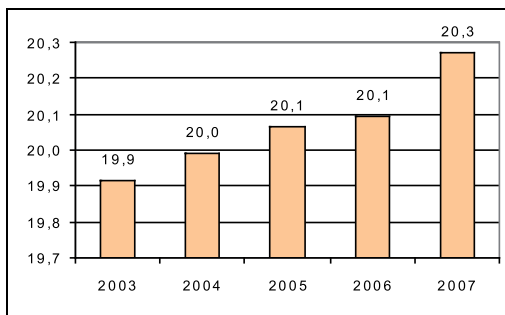
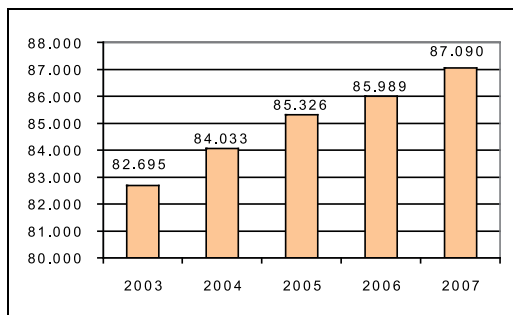
Alle spalle dei servizi si collocano alcuni comparti del manifatturiero orientati alla moda: confezioni di vestiario, abbigliamento (48,3 %) e tessuti (42,3 %). In tutti gli

altri settori si registrano incidenze inferiori al 40 per cento, fino ad arrivare ai valori minimi delle industrie edili (3,9 %) ed energetiche (3,0 %). Dal quadro conoscitivo esce l'indicazione che anche in Emilia-Romagna i ritaggi culturali del passato continuano ad esercitare un ruolo importante nella scelta dell'attività da parte delle imprenditrici. Altro aspetto da evidenziare riguarda l'intensità della presenza femminile nelle imprese che possiedono i requisiti previsti dalla normativa di riferimento. Un'impresa può essere definita femminile se si caratterizza per una presenza delle donne maggioritaria, forte o esclusiva.

Prendendo come universo di riferimento le imprese attive iscritte al Registro camerale, si delinea una prevalenza della presenza femminile di carattere esclusivo. A fine 2007 l'esclusività rappresentava il 93,8% delle imprese femminili (a fronte del 93,1% nel 2003). A livello nazionale la partecipazione delle donne alle imprese femminili ha assunto il carattere di esclusività con una frequenza pari al 95,4% (in aumento rispetto al 94,6% del 2003). Nell'arco di tempo considerato, la presenza femminile maggioritaria in Emilia-Romagna è rimasta costante, con variazioni molto contenute (tra l'1,1 e l'1,2 per cento). La presenza forte sembra invece mostrare una tendenza alla contrazione (dal 5,8% del 2003 al 5,1% del 2007). La presenza esclusiva evidenzia una tendenza all'aumento della proprio peso, passando dal 94,6% al 95,4%.

Quando le donne gestiscono una impresa, sembrano insomma optare in prevalenza per la collaborazione con altre donne. Le donne cercano altre donne: le due “metà del cielo” difficilmente si mescolano al comando delle aziende, a conferma di stili imprenditoriali differenti. Tali cifre vanno peraltro correlate al cospicuo peso delle imprese

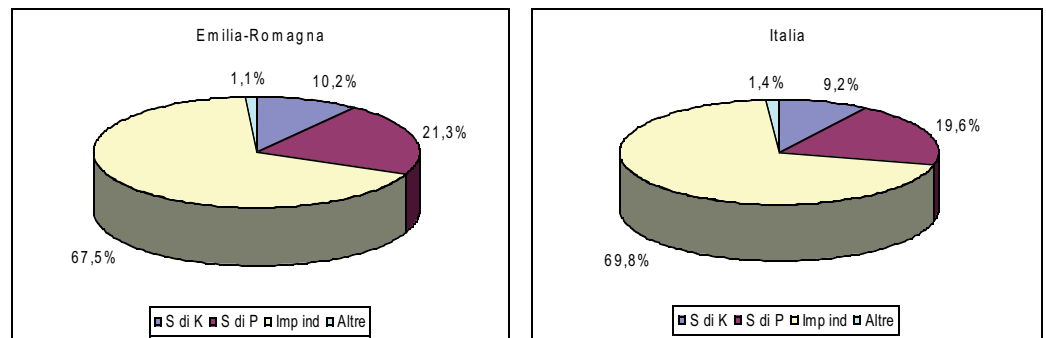
Imprese femminili in Emilia-Romagna (2003-2007: valore assoluto e incidenza percentuale).



individuali tra le imprese femminili, che rientrano ovviamente nella definizione di presenza esclusiva. Anche se l'incidenza (67,5 %) delle imprese individuali sul totale delle imprese a conduzione femminile attive risulta in Emilia-Romagna alla fine del 2007 sensibilmente inferiore alla media nazionale e in costante diminuzione: l'aumento del peso delle imprese esclusivamente femminili sul totale non può, quindi, essere attribuito alla dinamica delle imprese individuali. Anche in Emilia-Romagna per le imprese femminili si delinea la tendenza all'irrobustimento della struttura produttiva testimoniata dal più frequente ricorso alle società di capitali, più strutturate e caratterizzate spesso da una maggior efficacia dell'attività produttiva. In ambito regionale è interessante analizzare anche i dati su chi governa e chi fa funzionare (il management) l'impresa. A fine 2007 le cariche ricoperte da donne sono risultate nel territorio regionale 233.980 (lo 0,9 % in meno rispetto al 2006). Le cariche ricoperte dalle donne nelle imprese sono nella maggior parte dei casi quelle di amministratrici (37,8 %) e titolari (25,1 %); seguono le cariche di socio (20 %), le "altre cariche" e i soci di capitale (entrambe con l'8,5 %). La tipologia dei "soci di capitale" appare in costante declino: dalle 46.631 unità del 2003 si è progressivamente scesi alle quasi 20.000 del 2007, con riduzione dell'incidenza dal 18,4 all'8,5 %. Di contro si assiste al rafforzamento della compagine degli amministratori, il cui peso passa dal 32,5 al 37,8 %.

Analizzando l'imprenditoria femminile dal punto di vista della capitalizzazione, tra il 2003 e il 2007 è stato imboccato un percorso di rafforzamento. Le imprese capitalizzate hanno acquisito un peso maggiore, parallelamente alla crescita delle società di capitale. Anche da questo punto di vista, è in atto un processo di rafforzamento delle imprese, più strutturate e, quindi, in grado di affronta-

Forme societarie delle imprese femminili nel 2007. Emilia-Romagna ed Italia a confronto

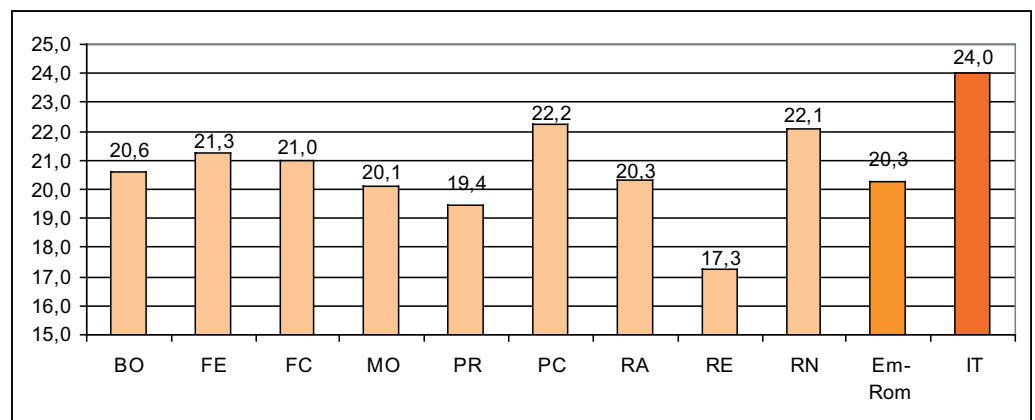


re con maggiori possibilità di successo la sfida del mercato globale. Nel 2003 quasi il 64 % delle imprese "rosa" non disponeva di capitali, a fronte del 58,7 % nel 2007. La stessa incidenza nei confronti delle imprese attive complessivamente considerate era nel 2003 pari al 60,1 % e nel 2007 al 57,4 %. La forbice di 3,8 punti percentuali nel 2003 si riduce a fine 2007 a 1,3 punti. Le imprese femminili hanno in sostanza marciato più velocemente verso la capitalizzazione rispetto alla velocità di marcia dell'universo delle imprese. Il fenomeno ha riguardato tutte le classi di capitale, assumendo una qualche rilevanza nella classe oltre i 5 milioni di euro. Nel 2003 le imprese femminili appartenenti a questa classe erano appena 14, per un'incidenza percentuale dello 0,02 %. Quattro anni dopo il loro numero era salito a 336, con un aumento della quota allo 0,4 %.

Il Registro camerale conserva le date di iscrizione originaria delle imprese, consentendo di compiere delle analisi di tipo "demografico". I dati relativi all'imprenditoria femminile, classificati per data di iscrizione, evidenziano un tasso di "giovannilismo" superiore al valore complessivo: le imprese femminili iscritte dal 2000 in Emilia-Romagna, sono arrivate a rappresentare nel 2007 il 43,8 % del totale, a fronte di un valore medio complessivo pari al 42,8 %. Tra il 2003 e il 2007, le imprese femminili iscritte dal 2000 sono cresciute dell'89,1 %, a fronte dell'aumento del 78,5 % del totale delle imprese iscritte al Registro. Questi dati confermano la validità dell'impostazione degli interventi pubblici adottati in ambito regionale per promuovere le pari opportunità. L'Emilia-Romagna presenta un'incidenza percentuale di imprese femminili iscritte dal-

l'anno 2000 più ridotta rispetto alla media nazionale (46,2 %). Il maggior tasso di "giovannilismo" si riscontra in regioni del Sud come Calabria e Campania, con quote pari rispettivamente al 52,1 e 50,1 %. Come già sottolineato, in alcuni casi la creazione di imprese femminile diventa l'unica risposta alla mancanza di una prospettiva di lavoro alternativa. In altri casi può essere l'espressione della piena emancipazione femminile, maturata in un contesto che consente alla donna di scegliere liberamente il proprio destino. In altre situazioni ancora il contesto economico può essere molto avanzato ma l'opportunità sociale consiglia alla donna di limitare la propria presenza attiva nel mondo economico. L'Italia da questo punto di vista presenta situazioni molto variegate sia per classi di età, sia geograficamente sia, ancora, per gruppo sociale di provenienza.

Incidenza delle imprese femminili sul totale nelle province in Emilia-Romagna



L'attività dei Comitati per l'imprenditoria femminile del sistema camerale

Quando il network per l'imprenditoria femminile ha incominciato ad acquisire consistenza è emersa la necessità di costruire uno strumento di informazione e di coordinamento coerente con la particolarità della rete dei Comitati: si è attivato così il portale www.if-imprenditoriafemminile.it che ha reso visibile, autorevole la rete dei Comitati e l'impegno del sistema camerale per il suo consolidamento e sviluppo.

Era il 20 maggio 1999 quando il Ministero delle Attività Produttive e Unioncamere italiana firmavano il Protocollo d'intesa per il sostegno e la promozione dell'imprenditoria femminile, che prevedeva la possibilità di costruire un Comitato in ogni Camera di commercio. Nasceva in quel momento la rete dei Comitati per l'imprenditoria femminile, che, composti da rappresentanti delle associazioni di categoria presenti sul territorio, hanno il compito di realizzare e favorire azioni promozionali a 360 gradi per la valorizzazione dell'imprenditoria femminile, tra cui proprio in questi mesi il concorso "Maglia rosa" (che scadeva il 31 dicembre 2008) ideato per

scoprire nuovi talenti, premiare le imprese e valorizzare le attività dei soggetti che operano per favorire le pari opportunità, il rispetto dell'ambiente e del territorio, la qualità del lavoro e l'innovazione.

"L'esperienza del Protocollo d'intesa e la nascita dei Comitati nelle Camere di commercio è davvero straordinaria. - sottolinea Mariangela Gritta Grainer di Retecamere - Sono in campo centinaia di donne brave, intelligenti, animate da impegno e passione. I Comitati operano "dall'interno" delle Camere di commercio, ma "fuori", nel senso che si proiettano con autonomia nel contesto esterno. Nascono dall'idea che se l'impresa è "neutra" l'impre-

ditore non lo è: donna o uomo è differente".

I Comitati rappresentano di fatto una rete permanente di monitoraggio, attraverso gli strumenti attivati dal sistema camerale, primo fra tutti l'osservatorio dell'imprenditoria femminile che dal dicembre 2002, aggiorna i dati statistici quantitativi relativi alle imprese femminili (e non) ogni sei mesi, consentendo una lettura "di genere" e non "separata" della realtà produttiva del nostro paese.

In occasione del lancio del primo "Giro d'Italia delle donne che fanno impresa", che ha fatto tappa in sei città ed in Emilia-Romagna a Piacenza, sono stati aggiornati a fine 2007, i dati statistici di "Impresa in genere", il primo Rapporto nazionale sulle imprese femminili, realizzato nel 2004 da Unioncamere e Ministero delle Attività produttive, che resta un prezioso punto di riferimento per le statistiche territoriali. Unioncamere, Dipartimento per le Pari Opportunità e Ministero per lo Sviluppo Economico stanno lavorando al Secondo Rapporto sull'Imprenditoria femminile che sarà pronto nei primi mesi del 2009.

Premio per l'imprenditoria femminile 2008 ecco le cinque vincitrici. Per loro una fibula d'oro

Giovanna Gozzi (settore industria), Rita Pelatti (artigianato), Roberta Roncarati (agricoltura), Olga Bardelli (commercio), Bruna Musso (servizi) sono le cinque vincitrici del Premio per l'imprenditoria femminile assegnato nel corso di una cerimonia al Baluardo della Cittadella con la partecipazione delle 33 candidate.

Un premio speciale è stato attribuito a Mirella Freni, famosa in tutto il mondo che ha dedicato la vita al bel canto fin dalla più tenera età. Il premio consiste in una spilla d'oro che riproduce un reperto dell'età del bronzo conservato nel Museo civico di Modena (fibula con decorazione figurata ad anatre rinvenuta a Savignano sul Panaro).

L'iniziativa è stata organizzata da Provincia e Camera di Commercio di Modena, in collaborazione con il Comitato per la promozione dell'imprenditoria femminile presieduto da Catia Allegretti.

La Giuria che ha selezionato le vincitrici era composta da Silvia Manicardi, Presidente di Licom, da Antonella Silingardi di Unicredit e da Federica Nannetti della Provincia di Modena.

"Le imprenditrici premiate, ma anche tutte le

altre partecipanti - commenta Catia Allegretti - rappresentano l'importante ruolo svolto dalle donne nella realtà economica modenese. Questo premio è il riconoscimento delle capacità creative e innovative di cui le donne sono portatrici nelle aziende e nell'economia".



La Regione Emilia-Romagna premia le imprese e le professioni femminili innovative

Donne e innovazione. Un binomio che in Emilia-Romagna è meno insolito di quanto si possa pensare e che rimane ancora poco conosciuto. Per far emergere e valorizzare le esperienze di innovazione al femminile, la Regione Emilia-Romagna ha indetto il bando di concorso "Imprenditrici e professioniste per Innovare", un modo con cui si è voluto dare voce a tutte quelle donne, imprenditrici ma anche lavoratrici autonome, che hanno promosso innovazione nelle loro attività. L'innovazione è intesa come tecnologica ma anche applicata all'organizzazione del lavoro, alle politiche di marketing, alle modalità di vendita dei prodotti e servizi, al rivolgersi a nicchie di mercato inesplorate.

"La presenza delle donne nei settori innovativi è ancora scarsa ma non inesistente. La diffusa imprenditorialità femminile in regione ha ancora oggi connotati fortemente tradizionali, ma ci sono importanti segnali di cambiamento, forse poco raccontati" spiega Sonia Bonanno coordinatrice del Concorso. "Con questa iniziativa abbiamo voluto dare visibilità alle esperienze femminili di innovazione che operano sul territorio e, soprattutto far dialogare tra di loro le imprenditrici, e le lavoratrici autonome, promuovendo una maggiore qualificazione dell'imprenditorialità femminile".

Il concorso prevedeva due sezioni, Imprese (a) e Professioni (b): oltre all'obbligo di risiedere in Emilia-Romagna, con sede legale e operativa, erano ammesse a partecipare giovani micro e piccole imprese (sul mercato da non più di sette anni) a prevalente partecipazione femminile – con una titolare donna o con una maggioranza rosa nella compagine societaria – o aziende che, al momento della presentazione della domanda, avessero almeno una donna come socia fondatrice e promotrice. Le domande pervenute sono state complessivamente 128 da tutto il territorio regionale, con più di 80 per la sezione imprese e le restanti per la sezione professioni.

Dopo una valutazione operata da apposita Commissione, all'esperienza più innovativa per ciascuna sezione è stato assegnato un premio di 5.000 euro, oltre ad una serie di menzioni speciali affidate ad altre esperienze imprenditoriali e professionali che si sono particolarmente distinte. L'assegnazione, e quindi i criteri di valutazione hanno tenuto conto di originalità del progetto rispetto al contesto di mercato; presenza di elementi tecnologici; sfruttamento dei risultati della ricerca, quindi eventuali collaborazioni dell'azienda con università, centri di ricerca e parchi tecnologici; capacità dell'esperienza innovativa di produrre vantaggi durevoli; evoluzione del giro d'affari dell'impresa; coerenza e completezza delle informazioni fornite.



Per la Sezione Imprese ha vinto il progetto presentato da Romina Pozzi per l'azienda Analytical Research Systems Srl. Mentre per la "professioni e lavoro autonomo" il premio è stato assegnato al progetto presentato da Maria Beatrice Corvi, consulente ambientale e urbanista della Provincia di Parma. Menzioni speciali sono andate, per la Sezione Imprese, ai progetti di Silvia Vertuani, (dell'azienda Ambrosialab Srl); Doriana Esposito (U-Series Srl); Alessia Berzolla, (Spectre Snc); Rossella Terragni, (Centro Oncologico Veterinario Srl); Maria Paola Costi (Tydockpharma srl); Elena Roda, (Archimede R&D Srl). Per la Sezione Professioni le menzioni assegnate hanno riguardato Gloria Minarelli, agronoma; Federica Benatti architetto; Daniela Savi commercialista e consulente finanziario.

Il programma IF è stato premiato come "buona prassi".

Il premio è stato consegnato in occasione del Forum PA 2007 (fiera dell'Innovazione nella Pubblica Amministrazione) dall'Osservatorio Donne nella PA.

Un ulteriore riconoscimento è stato conferito dalla Commissione Europea DG Imprese che nell'ambito di una propria iniziativa di ricerca di buone prassi nell'ambito delle attività svolte nei singoli Stati membri sul tema dell'Imprenditorialità Femminile Innovativa, ha segnalato il Programma Imprenditoria Femminile 2007/2008, di particolare significatività ed efficacia in special modo per favorire l'innovazione.

Imprenditoria femminile, casi di eccellenza premiati



Ethel Frasinetti

posti di potere, a Bologna, diventano negli ultimi tempi sempre più "rosa". La prima è stata Federica Guidi, recentemente salita sulla poltrona di guida dei Giovani di Confindustria. Poi Francesca Menarini, della famiglia di costruttori più prestigiosa sotto le Due Torri, è diventata la prima presidente donna del Bologna Football Club e divide il titolo di first lady del calcio italiano con la romana Rosella Sensi. Ancora, c'è Ethel Frasinetti diventata direttore operativo di Legacoop, e Ilaria Manghi alla guida di Alma Gra-

duate School, il supermaster in management dell'Ateneo felsineo. Non solo più imprenditrici, ma donne con le leve del potere in mano. E altrettante sono le donne che hanno raggiunto il top dell'eccellenza.

La Cna dell'Emilia-Romagna ne ha premiate cinque, perché, investendo in pratiche manageriali e gestionali innovative più di altre hanno consentito alle loro aziende di tradurre le risorse e le competenze acquisite in valore. L'elenco delle donne premiate inizia con **Melissa Alpi** di XPed di Faenza, azienda, fondata nel 2003, che ha quattro addetti ed è specializzata in spedizioni internazionali e logistica integrata; ha un fatturato di 420 mila euro ed opera in un mercato mondiale.

Melissa Alpi presidia l'area commerciale dell'azienda, segue l'avvio di nuovi progetti, monitora i rapporti con clienti e fornitori. Poi c'è **Roberta Bartoli** di Lirmafoods di San Martino in Rio (Reggio Emilia) azienda specializzata nella produzione di gnocchi di patate, tradizionali e ripieni.

Ha 27 addetti, opera in un'area di mercato mondiale ed ha realizzato un fatturato di 5 milioni di euro. Roberta Bartoli, dopo anni d'esperienza in un'azienda del settore alimentare, nel 1997, insieme al marito e ai nipoti, decise di realizzare un proprio progetto imprenditoriale. Il suo ruolo è quello di responsabile dell'area amministrativa, forte delle competenze acquisite durante il proprio iter professionale. Nel 2002, alla scomparsa del marito, acquisì maggiori quote societarie e avviò una riorganizzazione dell'intera struttura aziendale. Ancora, **Manuela Vignudelli** di Marol di Bologna, azienda che si dedica alla produzione di camicie da uomo confezionate con criteri sartoriali. Oggi ha 30 addetti ed opera su numerosi mercati esteri, quello

statunitense in testa. Il fatturato è stato di 2 milioni di euro.

Manuela Vignudelli, figlia dei fondatori dell'impresa, laureata in lingue straniere, entrata in azienda agli inizi degli anni '80, quando Marol si affacciava sui mercati europei, con la responsabilità del mercato estero, oggi, socia insieme alla madre, è direttore commerciale e si occupa anche della supervisione dell'organizzazione e pianificazione produttiva. Altra imprenditrice premiata da Cna è **Francesca Zecca** di Edillegnodue di Fidenza nata 30 anni fa come impresa familiare nel settore della produzione, restauro e commercio di serramenti ha oggi 18 addetti, un fatturato di 3 milioni di euro ed un mercato regionale. In azienda Francesca, entrata nel 2005, dopo la laurea e un'esperienza nel mondo Eni dove aveva maturato e costruito forti competenze gestionali e finanziarie, ha puntato subito su progetti e strumenti di gestione innovativi, aggiornando gli approcci di marketing e introducendo una piattaforma informatica per la produzione e gestione dei dati di prodotto e di commessa.

Tra le manager, Cna ha premiato **Melania Fabbri** di Euroservice Impianti di Bertinoro, azienda, nata nel 1999, che si occupa della realizzazione di impianti di pipeline di grandi dimensioni, metanodotti, oleodotti, gasdotti e acquedotti; ha 110 addetti, un fatturato di 9 milioni di euro ed opera su un'area di mercato mondiale.

Melania Fabbri, laureata in economia e gestione aziendale opera in azienda dal 2000 ed oggi è rappresentante della direzione e responsabile della contrattualistica e delle gare d'appalto; supervisiona l'intera area amministrativa e presidia le strategie legate al miglioramento continuo intervenendo nelle scelte decisionali della direzione.

Legacoop Bologna: ricambio con Ethel Frasinetti

L'invito per i suoi coetanei è quello di tirare fuori la grinta e guardare con ottimismo al futuro, senza lamentarsi troppo dell'oggi. **Ethel Frasinetti**, classe 1977, è, da pochi mesi, il nuovo direttore generale di Legacoop Bologna, carica assunta dopo una carriera tutta nell'associazione, dove ha già ricoperto incarichi importanti: nel 2005 è entrata a far parte dello staff di presidenza, come responsabile delle relazioni esterne, ed è tra le promotrici di Legacoop Generazioni, il network dei giovani cooperatori di Legacoop Emilia-Romagna.

Della sua nomina il presidente della Lega Giampiero Calzolari, serve per "favorire il ricambio generazionale e aiutare il movimento a ragionare in maniera nuova". Il direttore generale conferma: "questa non è un'operazione di immagine ma un segnale tangibile di rinnovo, anche delle idee e dei progetti. La mia generazione ha un handicap: quello di non avere una percezione collettiva di sé. Questo è un diserbante per il paese e fa sì che le persone si ritirino nel privato. Vorrei contribuire a far sì che i trentenni vengano motivati".

Del suo esser donna la Frasinetti manager porta nell'associazione "quella voglia di andare in porta tipica di noi altre", ma "non mi vedrete mai sbandierare la questione femminile: credo piuttosto che oggi i giovani debbano essere coinvolti a prendersi un pezzo di responsabilità". Nei primi mesi di lavoro l'attenzione della Frasinetti si è concentrata sui temi prettamente organizzativi, mirando a "impostare una modalità di lavoro più stretta e collegiale, in modo da rinforzare i momenti di confronto e di dialogo interno".

Pubb

di Riccardo Belotti

Sei imprese su dieci stanno investendo su internazionalizzazione e nuovi prodotti

Rimini, quale futuro per la piccola industria

Delle 81 imprese indagate, 32 dichiarano di non aver introdotto alcuna innovazione, mentre 49 hanno risposto affermativamente, avendo realizzato chi innovazioni di prodotto, chi di processo, chi entrambe. Sono questi alcuni dei dati che emergono dal rapporto annuale

sull'economia della piccola industria riminese realizzato da Cna, che ha avuto come focus proprio il tema dell'innovazione "tra competitività e sviluppo d'impresa". A partire dalla considerazione che l'innovazione è essenziale per determinare la dinamica della crescita eco-

L'indagine Cna ha riguardato 81 Pmi. Cresce l'occupazione, nonostante tutto

nomica di lungo periodo, dell'occupazione, della produttività, e dell'apertura di nuovi mercati, l'indagine ha cercato di fornire un'accurata descrizione quantitativa dello stato dell'innovazione sul territorio e di costruire un indice di redditività dell'innovazione stessa.

I questionari somministrati a 81 aziende (campione rappresentante il 20% delle piccole imprese del territorio riminese) chiedevano agli intervistati di rispondere basandosi sulla loro esperienza innovativa in un periodo molto recente, e che l'innovazione introdotta avesse già aver dato frutti sensibili. Di questo campione, il 60,5%, cioè 49 imprese, è stato quindi identificato come innovatore, nei 13 diversi settori di riferimento (solo per citarne alcuni: alimentari e bevande, tessile, abbigliamento, falegnameria, gomma e plastiche, metallurgia, macchine elettriche, ecc) presi in considerazione.

Scendendo nel dettaglio del rapporto annuale, è possibile riflettere sul tipo di innovazione messo in atto dalle imprese. Se 32 non hanno innovato,



25 hanno realizzato innovazioni di processo, 14 di prodotto, mentre 10 le hanno attuate entrambe. Il periodo a cui si riferiscono queste innovazioni varia per lo più dal 2000 al 2007, e si riferisce a un lasso di tempo quindi molto vicino, a testimoniare come l'innovazione si possa tradurre immediatamente in un vantaggio anche economico. Le innovazioni di processo descritte da 35 delle 29 imprese innovatrici, inoltre, sono nella loro quasi totalità innovazioni non sviluppate internamente dall'azienda stessa, ma adottate più o meno per intero attraverso l'acquisizione di macchinari e tecnologie messe a punto da altre aziende. Il trend viene confermato anche quando l'innovazione deriva da sistemi informatici nuovi, comunque 'esterni' all'azienda.

Ciò che colpisce dall'indagine di Cna Rimini è l'ampiezza del campione innovatore: il 60%. Questo significa che su tutto il tessuto delle piccole imprese riminesi, circa 400, è possibile stimare che abbiano innovato più di 200 imprese. Uno dei dati che

balzano all'occhio è che 'azienda giovane' non significa per forza 'azienda innovatrice'. Anzi: è spesso il contrario. L'età delle aziende che hanno dichiarato di non innovare è decisamente minore della media campionaria per una data tipologia legale. Le società di capitale sono in media più giovani delle società di persone e delle ditte individuali, ma in ogni categoria comune non sono le più giovani a innovare. Si tratta - come spiega l'indagine di Cna - di un campanello di allarme. Per quanto riguarda invece le dimensioni di un'azienda, l'aspettativa che un'azienda più grande sia più propensa a innovare trova una parziale conferma nei dati, dove però una netta differenza di dimensioni si riscontra solo per i settori chimica e meccanica, mentre in tutti gli altri settori le differenze sono minime.

Per quanto riguarda le innovazioni di processo, le aziende che le hanno affrontate sono più vecchie della media, così come le aziende innovatrici di prodotto, mentre sono state le aziende più giovani ad aver portato

avanti entrambi i processi, e anche più piccole, se si tratta di società di persone. Il rapporto fornito da Cna fa riflettere, insomma, rovesciando alcuni luoghi comuni che vogliono le aziende giovani più aggressive, e quelle consolidate più statiche. Ma le regole della concorrenza, per chi deve stare tutti i giorni sul mercato, hanno imposto alle aziende la necessità di reinventarsi: quelle più vecchie sono quindi le più innovative proprio perché hanno avuto più opportunità di imparare a conoscere il loro mercato e le sue particolarità.

Nella differenza tra il rapporto 2007 e quello 2008, sebbene su aziende diverse, si può intuire un apprezzabile segnale sull'andamento dei posti di lavoro. Delle 42 imprese presenti in entrambe le indagini, il saldo netto totale è positivo: più 73 posti di lavoro, contro i 63 persi; 20 aziende hanno aumentato i posti di lavoro, 16 li hanno diminuiti. Le restanti 6 non hanno avuto variazioni di personale. L'80% dei posti di lavoro aggiunti (58 su 73) viene dai settori meccanica, prodotti in metallo ed editoria, mentre la metà delle perdite (32 su 63) è da ascrivere al settore dell'abbigliamento. Prendendo invece in esame la tipologia legale delle 42 aziende presenti nelle due indagini, la perdita netta di posti di lavoro è concentrata tra le ditte individuali e le società di persone.

Il rapporto di Cna, in ultima analisi,

consente non solo un'accurata descrizione quantitativa dello stato dell'innovazione, ma costruisce un indice di redditività dell'innovazione stessa, facendo uscire dalla genericità del dibattito sul tema. La formula è la seguente: se i benefici, in termini di minor costi di produzione o aumento del fatturato, sono maggiori dei costi di innovazione, l'indice sarà maggiore di uno, e l'innovazione sarà stata vantaggiosa. Viceversa, quando prevale l'aumento dei costi di innovazione, l'indice sarà minore di uno, e pertanto l'attività non avrà espletato ancora tutta la sua vantaggiosità.

Per quanto riguarda invece le tipologie di innovazione, la "classifica" di redditività (in ordine decrescente) sembra essere la seguente: al primo posto le innovazioni di processo, poi quelle di prodotto, e infine le innovazioni di processo e di prodotto.

Il fatto che le innovazioni di processo siano le più vantaggiose rappresenta un segnale incoraggiante: è fortemente probabile, infatti, che la struttura produttiva riminese (al pari di quella italiana) necessiti di recuperi di efficienza e di ristrutturazioni mirate ad accrescere la produttività e la redditività; le innovazioni di processo sono lo strumento migliore per raggiungere questo obiettivo.

Inoltre, esse sono spesso propedeutiche alle innovazioni di prodotto.

Le aziende che si impegnano in

innovazioni "miste" (di processo e di prodotto simultaneamente) necessitano invece di tempi più lunghi per recuperare i notevoli costi (monetari e non) sostenuti. Per quanto riguarda la tipologia legale, la "classifica" di redditività dell'innovazione (sempre in ordine decrescente) è: società individuali, società di persone e società di capitali.

Questo risultato sembra confermare ciò che già era emerso dall'analisi descrittiva: non è detto che l'azienda di dimensioni maggiori, di solito classificata come società di capitali, sia quella che meglio riesce a innovare con successo. Pur tra le mille cautele, questo risultato suggerisce che la flessibilità gestionale e manageriale della piccola dimensione sembra avere un vantaggio competitivo per quel che riguarda la scelta dell'innovazione, la sua implementazione e la corrispondenza con i risultati attesi.

"Questo risultato – conclude il rapporto di Cna piccola impresa – non è certamente da intendersi come una assoluta preferibilità delle dimensioni ridotte rispetto a quelle maggiori; quello che invece suggerisce è che l'impresa, nel suo necessario e auspicato processo di crescita, deve mirare a preservare quella flessibilità gestionale che rende possibile i migliori risultati relativi in termini di successo dell'innovazione introdotta" ■

IL CASO

L'esperienza vincente della riminese Digital Print **Stampatori all'avanguardia**

È il 1988 quando Sergio e Quinto Protti, padre e figlio, aprono il centro stampa Cosmo Print, con l'idea di garantire un servizio veloce e "in giornata". Oggi, trascorsi venti anni, la società riminese è divenuta nel frattempo Digital Print, impiega 25 addetti in un moderno stabilimento di 1.600 metri quadrati nella zona artigianale di Viserba (Rimini), e rappresenta una delle eccellenze produttive del territorio. Nel curriculum ci sono nomi di primo piano come Ferrari, Maserati, Caterpillar, Technogym, Rimini Fiera (il primo cliente), Celli, Albini & Fontanot, Titan Bagno, John Deer, eccetera.

Altro cliente importante della prima ora è Esa Software: ma proprio per la grande crescita di questa azienda riminese leader nel

settore informatico, la Digital Print tocca con mano tutti i suoi limiti e capisce di dover intraprendere quel percorso professionale che la porterà in viaggio in tutto il mondo alla ricerca di tecnologia utile a migliorare il prodotto. L'innovazione diventa allora la parola chiave dell'azienda che nel 1995 compie il primo passo importante in questo senso: la stampa a colori. Poco dopo si affaccia sul mercato un sistema all'avanguardia, il digitale, che viene subito colto non solo come un'opportunità, ma come il futuro dello sviluppo della propria attività. Un'altra data importante per l'azienda è quella del '99, quando viene acquistata una macchina rivoluzionaria, progettata in Israele, capace di stampare con grande qualità ■



di Antonella Cardone

Un viaggio nel mondo della subfornitura, cuore del manifatturiero regionale

Chi pagherà la crisi dell'automotive

Crolla il mercato delle auto in Italia, e nella patria dei motori e della componentistica si aggiunge una nuova preoccupazione oltre a quella per la crisi finanziaria o l'euro forte che rende meno competitivi i prodotti sul mercato globale. Perché, dopo un decennio di crescita costante delle vendite, ci si era forse dimenticati cosa vuol dire avere a che fare con percentuali a segno meno. In Emilia-Romagna il cuore del manifatturiero è costituito proprio dalle aziende metalmeccaniche specializzate nelle forniture e subforniture per le grandi case automobilistiche.

Tempi duri, dopo 11 anni di crescita ininterrotta delle commesse

Piccolissime, medie e grandi realtà come la Vm o la Magneti Marelli che, dopo una crescita ininterrotta delle commesse collegata a un mercato delle auto che per undici anni consecutivi ha avuto performance brillanti, cominciano a sentire qualche scricchiolio. In molti, ad esem-

pio la Minarelli e la Ducati, già stanno ricorrendo, alcuni per la prima volta nella loro storia, alla cassa integrazione in attesa dell'arrivo di nuovi ordini. Cosa dobbiamo aspettarci per il futuro, visto che gli esperti prevedono che la crisi delle vendite delle auto (in un anno, già meno 25%) sarà lunghissima?

"Io sono ottimista - spiega Gian Primo Quagliano, responsabile del centro studi sul mercato auto della Promotor - perché in Emilia-Romagna le grandi case che producono automobili di lusso non sono in crisi, e difficilmente lo saranno mai perché si sono sempre dimostrate impermeabili a crisi congiunturali anche pesanti. Ferrari, Maserati, Lamborghini, hanno acquirenti di

alto reddito che non risentono affatto della stagnazione generalizzata dei consumi. Di conseguenza i loro fornitori non hanno da preoccuparsi. Molto più complessa è la situazione dell'indotto per le auto in generale, che accusa in modo anche sensibile la crisi. Regge bene solo chi ha saputo differenziare per tempo la propria clientela, perché continuano a rimanere in attivo le case automobilistiche che più vendono sui grandi mercati emergenti, Russia, Cina, India".

Nell'immediato il mercato italiano non si risolleverà, prosegue Quagliano, "ma prima o poi sì, non vedo per il futuro una seria alternativa al trasporto privato. Le automobili non scompariranno, anzi. La crisi



IL PREMIO

Gabriele Del Torchio, ad di Ducati Motor Holding
È un emiliano il re della meccanica italiana

Dopo Luca Cordero di Montezemolo (Ferrari) nel 2006 e Alberto Bombassei (Brembo) nel 2007, il personaggio della meccanica italiana 2008 è di nuovo un "emiliano", Gabriele Del Torchio, amministratore delegato di Ducati motor holding. Del Torchio ha ricevuto il premio indetto dalla rivista Tecnologie meccaniche, testata di riferimento per il settore dei sistemi di produzione ■



attuale è dovuta solo a fattori congiunturali perché arriva alla fine di un lunghissimo periodo di crescita che inevitabilmente doveva concludersi, e perché è strettamente legato alla crisi generale dei consumi. Le famiglie hanno avuto una decisa perdita del potere d'acquisto e visto che di incentivi statali ormai non ce ne sono più, rinunciano anche all'auto nuova". Ma appena potranno, la compreranno, e il mercato tornerà a crescere, ritengono da Promotor. E nelle imprese bolognesi che più fanno ricerca, come la Magneti Marelli che lavora su un nuovo sistema ecologico di celle a combustione, si sta già studiando quella che sarà l'auto del futuro, più sicura e meno inquinante.

Ottimismo lo esprimono anche i centri internazionali di analisi del mercato. Deloitte, la più grande realtà nei servizi di audit, tax, consulting e financial advisory alle imprese in Italia, ha appena realizzato un nuovo studio sull'automotive, in cui si cercano di focalizzare proprio le possibili strategie di uscita dalla crisi per le aziende di questo



LA STRATEGIA

Apri a Sant'Agata Bolognese un nuovo centro logistico

Un altro salto di qualità per Lamborghini

Lamborghini scommette ancora sulla terra emiliana, aprendo a Sant'Agata Bolognese un suo nuovo centro logistico e, dopo il record di vendite, fatturato e utile fatto registrare nel 2007, prevede che anche per il 2008 ci sarà una crescita. Come spiega il presidente della Lamborghini, Stephan Winkelmann, nel 2007 sono stati raggiunti 467,1 milioni di fatturato, 47,1 milioni di profitto ante imposte e sono state prodotte 2.406 auto. Nel 2008 si prevede una produzione di circa 2.500 macchine che porterà a una crescita sia del fatturato che dell'utile. "Per il nostro futuro - argomenta Winkelmann - la strategia è quella di continuare a costruire i nostri due prodotti, la Gallardo e la Murcilago e puntare per un terzo sull'Europa, un terzo sugli Stati Uniti e un terzo su Asia e Pacifico, quest'ultimo il mercato in più rapida crescita".

La nuova piattaforma logistica di Sant'Agata Bolognese nasce per la gestione dei processi di stoccaggio e di distribuzione verso tutti i mercati di riferimento dell'azienda e rappresenta un ulteriore tassello della strategia della Casa del Toro nel potenziamento della propria struttura a sostegno dello sviluppo del marchio. Il nuovo centro logistico è situato all'interno dell'area aziendale, si estende su una superficie di 11mila metri quadrati e va quindi a sostituire la prece-

dente struttura logistica di Lamborghini che si trovava a circa 20 chilometri, ad Anzola Emilia, azzerando la distanza. È stato calcolato che l'intervento consentirà inoltre di ridurre di oltre 75 Kg l'anno le emissioni di polveri fini e di 750 kg quelle di ossido di azoto.

Il nuovo stabile, che ha un'altezza di 10 metri e una capacità di circa 14.052 posti pallet, è stato adibito sia ad area di stoccaggio per componenti di produzione e di ricambio delle vetture, sia per il deposito degli accessori della linea di merchandising. Grazie all'altezza dell'edificio e a innovative strutture di stoccaggio, la capacità è stata raddoppiata e il nuovo centro è così in grado di coprire gli sviluppi futuri del business.

Il fatto di poter contare, spiegano dall'azienda, "su uno stabilimento all'avanguardia dal punto di vista della tecnica logistica e delle tecniche di stoccaggio, grazie all'azienda partner Jungheinrich, comporta un miglioramento dei processi interni e, parallelamente, una riduzione dei tempi di preparazione del materiale nell'ordine del 50% congiuntamente alla partnership con l'azienda Schnellecke Italia". All'interno dello stabilimento ogni operazione è informatizzata, la trasmissione in tempo reale assicura la funzionalità dei processi di integrazione logistica e garantisce un continuo controllo dei flussi ■



IL PROGETTO

L'ex Minardi torna ai vertici della F1 Motori per passione

La Romagna, culla dei motori a due ruote, ha dato i natali a un'azienda automobilistica che in questi giorni, sotto altro nome e con proprietari diversi, torna a mietere successi. È la Minardi, la scuderia che nel 2006 si è trasformata in Toro Rosso, seconda squadra della Red Bull, che recentemente ha visto trionfare in Formula Uno il pilota Sebastian Vettel. Molti dei tecnici e degli uomini dell'équipe di Faenza (Ravenna) sono gli stessi che avevano lavorato con Giancarlo Minardi, il fondatore della casa automobilistica, nell'esperienza di F1 dall'85 al 2001.

È una storia particolarissima quella della Minardi, creata da Gian Carlo, figlio di un concessionario Fiat appassionato di corse che fece disegnare a Giacomo Caliri la prima Minardi nel 1980, per farla esordire in Formula 2. L'anno dopo, a Misano, la Minardi conquistò la sua prima vittoria con Michele Alboreto. Il successo rappresentò la spinta per cominciare a pensare all'assalto alla Formula 1. L'esordio è dell'85, al Gran Prix del Brasile, con Pierluigi Martini. Il primo piazzamento è dell'88, un sesto posto a Detroit, e poi nella storia della scuderia figureranno alcuni piazzamenti in quarta posizione. Ma le alte spese e problemi finanziari portarono prima alla fusione con la Scuderia Italia, poi alla cessione a un gruppo di investitori tra cui Gabriele Rumi e Flavio Briatore. Infine, nel 2001, la vendita all'australiano Paul Stoddart che garantì alla scuderia di superare le difficoltà finanziarie ma non apportò le risorse necessarie per uno sviluppo effettivo. Così, nel settembre 2005 la squadra romagnola venne ceduta all'austriaca Red Bull di Dietrich Mateschitz che la trasformò nella Toro Rosso. Ancora pochi mesi e il 50% delle quote fu rilevato dall'ex pilota Ferrari Gerhard Berger.

È l'alba della nuova storia della scuderia di Faenza: la nuova iniezione di risorse fa aumentare i dipendenti, dai 98 di fine 2005 agli attuali 200, e crescere la qualità. Arrivano nuovi tecnici dall'estero, ma il grosso dei lavoratori è italiano, con un cuore romagnolo che rappresenta l'identità e la storia del gruppo. Il successo al Gran Premio di Monza può essere l'inizio, scommettono in molti ■

settore. Scoprendo che in un contesto di flessione generalizzata del mercato automobilistico europeo, l'area Service & Parts, ossia post-vendita e ricambistica, rappresenta la possibile chiave di volta nel tentativo dei costruttori di trovare soluzioni per combattere la riduzione delle vendite e tornare a una crescita dei ricavi. La ricerca dimostra che l'area Service & Parts è caratterizzata da ottime capacità di ripresa in un clima incerto

come quello attuale e che, inoltre, è in grado di generare profitti più alti in media del 54% rispetto alle altre aree di business. Il dato, oltre ad essere d'interesse per le case automobilistiche, assume particolare rilevanza sia per le aziende di componentistica che per i concessionari, la cui redditività è sempre più compressa dall'obbligo del rispetto dei budget e dal conseguente ricorso a pratiche di vendita poco redditizie ■

IL CASO

Di nuovo in produzione dal 2006, il marchio si avvia verso quota 25 milioni di fatturato **Una seconda primavera per la mitica "Moto Morini"**

Il 2009 sarà l'anno del ritorno all'utile per un marchio storico dell'automotive bolognese: Moto Morini. Affermatosi nel dopoguerra con il famoso Settebello, fu il vanto del Made in Bologna fino agli anni Settanta. Negli anni Ottanta il declino, con la cessione del marchio nell'87 alla Cagiva Ducati e con l'azienda rimasta a vivacchiare fornendo motori ad altre imprese motoristiche. Nel 2006 prende però le redini della società il nipote del fondatore, Maurizio Morini, che, mantenendo tutta la produzione in città, decide la realizzazione di una moto a marchio. Con la messa in vendita del quinto modello di moto, il prossimo anno, il fatturato dovrebbe raggiungere quota 25 milioni di euro.

Ritorna alle impennate, dunque, la storica casa di produzione fondata dal costruttore e campione motociclista Alfonso Morini, classe 1898, detentore per 20 anni di sei record mondiali. La strategia del rilancio è stata fondata sul rafforzamento del marchio, tenuto vivo, negli anni del declino, da tantissimi appassionati "morinisti", un'élite di amatori che ha sempre richiesto moto ad altissime prestazioni che potessero distinguersi dalle più diffuse americane o giapponesi. E che amano, ad esempio, la Corsaro veloce: 140 cavalli di potenza. In controtendenza, in quest'e-

poca di globalizzazione, la scelta di puntare al "local", con la produzione tutta concentrata a Bologna e la dirigenza tutta in mano alla famiglia Morini. Il ritorno sul mercato è stato accolto con entusiasmo, in Italia e ancora di più in Germania: nel 2006, il primo anno di produzione, sono state vendute 2mila moto, per un fatturato di 13 milioni. Nel 2007 un leggero calo, fisiologico dopo l'entusiasmo del primo anno, e nel 2008, nonostante il disastroso andamento di un mercato che mette in ginocchio anche i fortissimi giapponesi, si prevede di confermare le 2mila moto vendute nel 2006, con un aumento di fatturato fino a quota 16-17 milioni di euro. Per poi passare alle 2.200-2.300 moto nel 2009 e raggiungere i 25 milioni, incrementando le azioni di marketing e comunicazione e allargando la rete distributiva, per far conoscere a una sempre più ampia fetta di potenziali acquirenti il ritorno del marchio. La barra verso l'estero non si limita alla sola Germania: anche Olanda, Belgio e Danimarca, poi Russia, Giappone, Turchia, Grecia, e anche Australia. Per il futuro, è già allo studio

un nuovo motore, di cilindrata minore ma che, promettono da Casalecchio, sarà profondamente innovativo, con l'obiettivo di consumare e inquinare meno ■



Pubb

Quarta in Italia per potenza installata, la regione sta puntando fortemente sulle rinnovabili

Cresce il fotovoltaico lungo la via Emilia

Il rinnovo del protocollo di Kyoto si allontana di qualche anno, ma l'Emilia-Romagna non rallenta la rivoluzione energetica che la vede tra le prime in Italia nello sviluppo di fonti rinnovabili e tecnologie a risparmio energetico. Nel settore fotovoltaico la regione continua a essere la seconda in Italia per potenza installata e numero di impianti in esercizio (dati Gse aggiornati al 1° ottobre). Certo aiutano sostegni e incentivi quali il "conto energia", anche se proprio nella graduatoria relativa alla rinnovata offerta statale l'Emilia-Romagna è quarta tra le

regioni per potenza fotovoltaica pro capite. I rendimenti energetici sono ancora bassi, circa al 13%, ma con gli studi in atto si può arrivare al 27%. E da più parti si auspica che il "conto energia" permetta a impianti fino a 200 kW di rientrare nella produzione per il consumo proprio, contro un limite fermo a 20 kW.

Ma è comunque un rincorrere l'impianto più grande o quello più potente. A Monghidoro, sull'Appennino bolognese, si prevede che entro aprile 2009 sorgerà l'impianto fotovoltaico più grande della regione, con un'estensione di 2.500 metri quadrati. A Camugnano si prepara invece l'impianto più esteso della provincia di Bologna, con una potenza di 180 kW e una produzione prevista di 282.600 chilowattora all'anno. Progetti, si dirà. Progetti che però danno la misura dell'impegno profuso. E che portano risultati come quello conseguito dai lavoratori agricoli della Clai che sul tetto del proprio stabilimento hanno installato il più grande impianto fotovoltaico del territorio imolese e

faentino: 512 pannelli per una produzione annua stimata in circa 120mila chilowattora.

Il mercato del fotovoltaico continua dunque ad allargarsi, 376 impianti a Bologna, 328 a Modena, 302 Forlì-Cesena. Traguardi raggiunti da Regione, Province e Comuni, ognuno con il proprio contributo. Così, rispetto a una media di potenza installata sugli edifici comunali pari a 0,2 kW ogni mille abitanti – secondo un'indagine Istat sugli indicatori ambientali urbani nei comuni capoluogo di provincia – ai primi posti figurano ad esempio Parma, con 2 kW, e Forlì, con 0,9 kW ogni mille abitanti. A seguire Bologna, Reggio Emilia, Ravenna, Ferrara. La Regione prosegue nelle iniziative per far crescere quella cultura del

risparmio energetico, delle fonti rinnovabili e, in sintesi, dello sviluppo sostenibile, che il nostro Piano energetico ha come obiettivo generale. Ad esempio con il programma per la qualificazione energetico-ambientale del sistema produttivo che si attua attraverso il finanziamento di interventi nelle Pmi finalizzati a promuovere il risparmio e l'uso efficiente di energia, la valorizzazione delle fonti rinnovabili, i sistemi di cogenerazione, la riduzione delle emissioni di gas serra. Ma anche attraverso la riqualificazione di intere aree produttive esistenti ovvero la realizzazione di nuove aree produttive nella direzione delle Aree Ecologicamente Attrezzate (Aepa). In previsione dell'apertura di un bando a favore degli enti locali per

Tempi duri,
dopo 11 anni
di crescita
ininterrotta
delle commesse



la promozione di programmi di riqualificazione energetica dei sistemi territoriali, l'assessore Duccio Campagnoli ha affermato l'intenzione di promuovere sia l'installazione di impianti a fonti rinnovabili negli edifici pubblici, sia la realizzazione di piattaforme fotovoltaiche di interesse pubblico. Al fine di sopprimere agli obblighi previsti dalla delibera dell'Assemblea legislativa n. 156/08 che prevede per i nuovi edifici ovvero per edifici sottoposti a ristrutturazione integrale, l'installazione di impianti a fonti rinnovabili per una potenza non inferiore a 1 kW per unità abitativa e 0,5 kW per ogni 100 metri quadrati di superficie utile nel caso di edifici ad uso non residenziale.

Occorre davvero proseguire speditamente, perché se è vero che il ricorso degli italiani a fonti di energia rinnovabili o alternative continua a crescere, il consumo di energia elettrica per uso domestico aumenta del 4,5% (dati Istat), e raggiunge i 1.202 kWh per abitante. Non è un mistero d'altra parte che, rispetto a industria e trasporti, in Italia sia proprio il civile, residenziale



IL PROGETTO

A Bologna l'iniziativa di educazione ambientale Professione "energy manager"

Si chiama Energica+Mente il progetto didattico-educativo che consiste nell'assemblare un impianto fotovoltaico da installare sul tetto della palestra dell'Istituto salesiano "Beata Vergine di San Luca" di Bologna. Prima di arrivare al pannello però, i ventisei studenti della terza elettronica e telecomunicazioni coinvolti nel progetto, andranno a lezione alla centrale idroelettrica Enel e all'Enea per approfondire la questione energetica, il risparmio energetico e la professione dell'energy manager.

Per la parte pratica, a fianco degli insegnanti della scuola, anche la Beghelli, azienda bolognese che i pannelli fotovoltaici li produce e che mette a disposizione dei ragazzi le sue conoscenze fornendo tecnici, materiali e aprendo le porte dei suoi stabilimenti di Pievapelago (dove si lavora sulla componentistica elettronica), Crespellano (dove si producono i pannelli) e Monteveglio (dove le applicazioni fotovoltaiche della Beghelli sono già installate). "Portare la nostra produzione nella scuola – spiega Luca Beghelli, direttore marketing dell'azienda – significa aumentare la cultura in un settore che rappresenta il futuro. Oltre a inviare in aula un nostro tecnico che spiegherà ai ragazzi la normativa e come avviene la produzione – aggiunge Beghelli – apriremo loro le porte dei nostri stabilimenti. In particolare, nella sede di Monteveglio potranno vedere l'albero dell'energia da 3 kW e l'impianto da 500 kW installato sul tetto dell'azienda".

La produzione fotovoltaica della Beghelli, azienda fondata nel 1982 da Gian Pietro

Beghelli che progetta, produce e distribuisce sistemi elettronici per la sicurezza industriale e domestica ed è leader italiano nel settore dell'illuminazione di emergenza e del risparmio energetico, si concretizza nel progetto PianetaSole. Il progetto prevede l'utilizzo di moduli fotovoltaici di nuova concezione detti "ad inseguimento solare", che garantiscono fino al 25% in più di rendimento energetico rispetto ai pannelli statici tradizionali. "I moduli fotovoltaici Beghelli – precisa Luca Beghelli – basano la loro tecnologia di ricezione solare su un sistema di micromovimentazione in grado di inseguire il sole durante l'arco della giornata e catturarne tutta l'energia. PianetaSole – sottolinea ancora – è il primo sistema fotovoltaico realizzato interamente in un unico progetto e da un unico produttore".

Accanto ai pannelli fotovoltaici si colloca anche l'Albero dell'Energia, una struttura in legno pensata per sostenere stringhe di pannelli solari. Installabile in spazi aperti, ha come finalità quella di rendere le abitazioni indipendenti dal punto di vista energetico essendo utilizzabile sia per il riscaldamento che per la refrigerazione. "L'Albero dell'Energia – spiega ancora il direttore marketing – gode inoltre dei benefici fiscali riservati a "impianti fotovoltaici abbinati a un uso efficiente dell'energia attraverso interventi migliorativi delle prestazioni energetiche dell'edificio", che sono cumulabili con quel che resta della detrazione statale alle spese per sostituire gli impianti di riscaldamento con impianti geotermici a bassa entalpia ■



le e non, ad avere gran peso sui consumi. Se ne è discusso a Bologna durante il Saie 2008, il Salone internazionale dell'edilizia: l'occasione per trattare di tecnologie a risparmio energetico e di politiche regionali (oltre che per presentare il primo tetto fotovoltaico del Quartiere fieristico). Proprio uno degli appunta-



menti all'interno della manifestazione ha consentito di trattare l'argomento del "fotovoltaico per l'edilizia sostenibile", in un convegno dell'associazione nazionale dell'industria solare e fotovoltaica. "In Italia - ha dichiarato il presidente dell'associazione, Gianni Chiavetta - per il 2008 stimiamo un giro d'affari intorno agli 800 milioni di euro: 140 MW installati con un crescita del 500 per cento. Nei prossimi anni il settore potrebbe raggiungere numeri significativi portando il nostro Paese ai primi posti su scala mondiale. Nel 2009 si prevede l'installazione di 250 MW con un fatturato di 1.200 milioni di euro e, nel 2010, il range potrebbe essere tra i 350 e i 500 MW. Ad oggi gli impianti sopra 1 MW sono inferiori al 20%, mentre il restante 80% è di impianti di taglia inferiore".

Se questi sono gli auspici, quali sono gli ancora gli ostacoli effettivi alla realizzazione? In effetti, ha

ammesso Chiavetta, "i numeri potrebbero essere ancora più significativi se si riuscissero a superare le barriere burocratiche che ancora frenano il mercato". Insomma, "gli iter legal-amministrativi e la connessione alla rete sono le cause principali del ritardo dello sviluppo del fotovoltaico nel nostro Paese che è fermo al 2% della potenza installata nel mondo".

C'è dunque la necessità di ulteriori interventi legislativi per foraggiare il mercato del fotovoltaico in Italia, che pure è considerata un Paese con grandi potenzialità. E infatti con un incremento medio annuo stimato del 119% rispetto al 26% degli altri Paesi europei (EuPD Research), l'Italia sembra destinata a ospitare nel 2010 il 28% del fotovoltaico integrato d'Europa (99MW), il 53% degli impianti parzialmente integrati e il 19% dei non integrati. Si tratta naturalmente di stime, per raggiungere le quali non deve mancare l'intervento amministrativo ■

IL CASO

A Sasso Morelli (Bo) il più grande impianto "aziendale" del comprensorio **Cooperativa agricola Clai, pionieri del solare**

Un tetto di pannelli fotovoltaici montato sullo stabilimento per la produzione di salumi, in totale integrazione architettonica con la struttura. A Sasso Morelli (Bo) l'investimento portato avanti dalla Cooperativa Lavoratori Agricoli Imolese (Clai) ha permesso di realizzare il più grande impianto fotovoltaico per la produzione di energia elettrica del territorio imolese e faentino. Un impianto che, spiega il responsabile acquisti Carlo Negrone, "coniuga economicità dell'investimento in un'ottica di medio-lungo periodo e attenzione all'ambiente". Una superficie di 642mq, 512 pannelli solari, una potenza di 110,94 kWp (chilowatt picco), il "tetto sostenibile" garantirà una produzione annua stimata in 120mila chilowattora.

Il "Conto energia" e "un ulteriore incentivo legato al fatto che è stata contemporaneamente smaltita una copertura

di eternit" hanno permesso di condurre in porto il progetto a tutela dell'ambiente (e delle tasche aziendali). Il costo? 700mila euro, "ma la spesa si ammortizza in 12 anni". Un esempio che potrà essere seguito da molte altre aziende: "Dipenderà - commenta Negrone - dall'abbassamento del prezzo dei pannelli solari, oggi ancora molto costosi, e da come lo Stato incentiverà tali iniziative". La Clai è soddisfatta del proprio investimento, "perché - come ha spiegato il presidente Giovanni Bettini - siamo una cooperativa con un forte radicamento territoriale che abbina alla memoria delle proprie radici e alla valorizzazione della tradizione anche il sostegno all'innovazione nell'ottica dello sviluppo sostenibile".

L'azienda imolese, fondata nel 1962, è una cooperativa agricola a produzioni integrate, e unisce a quella dei propri allevamenti suinicoli le produ-

zioni dei soci conferenti. Un'azienda sensibile alla promozione, al recupero e allo sviluppo dei valori insiti nella realtà locale in cui è cresciuta la sua esperienza cooperativa, ma che coniuga alla sapienza dei tempi passati le migliori tecnologie, operando anche a livello internazionale.

"Abbiamo deciso di compiere l'investimento fotovoltaico nell'estate 2007-aggiunge Bettini-. Le motivazioni sono di carattere economico e di attenzione all'ambiente e al territorio: su quest'ultimo la nostra azienda ha fatto in passato e ha intenzione di fare in futuro ulteriori investimenti". Con i nuovi pannelli la Clai raggiungerà un traguardo di tutto rispetto, risparmiando l'immissione in atmosfera di circa 69.600 kg di anidride carbonica all'anno. L'energia prodotta dall'impianto coprirà il 5% del fabbisogno annuo dello stabilimento. Non poco, per il primo passo ■

Pubb

Per la montagna emiliano-romagnola un inverno all'insegna del cauto ottimismo

Appennino protagonista della stagione "bianca"

Ipunti di forza sono molti: la convenienza, un ottimo rapporto qualità-prezzo, una buona accessibilità. Carte vincenti che l'Appennino emiliano-romagnolo mette sul piatto per tentare di assicurarsi una stagione turistica invernale con una crescita di arrivi e di presenze. L'obiettivo è fare il bis del successo ottenuto l'inverno scorso che ha consentito di chiudere il bilancio dei primi nove mesi del 2008 controbilanciando una leggera flessione registrata durante l'estate.

Sono i numeri a dire che la montagna, nonostante la crisi economica, tiene e può guardare con

cauto ottimismo all'inverno. In base alle rilevazioni dell'Osservatorio turistico regionale gestito da Trademark Italia, l'Appennino ha chiuso i primi nove mesi dell'anno con oltre 2 milioni e 600mila presenze, in lieve calo (meno 2,6%) rispetto allo stesso periodo del 2007, ma con la sorpresa di un promettente aumento delle presenze di turisti stranieri: cresciute del 3,1% hanno in parte compensato la contrazione sul mercato interno, che resta tuttavia il principale bacino di riferimento (le presenze italiane sono state oltre 2,1 milioni).

Un risultato, comunque soddisfacente, dovuto a una stagione invernale che sembra destinata a ripetersi anche grazie al reclutamento di un testimonial d'eccezione: Alberto Tomba. "I segnali sono positivi - conferma Massimo Gottifredi, presidente di Apt Servizi, l'agenzia regionale di promozione turistica. In questa fase stiamo puntando sull'appeal del bianco, della neve. Abbiamo aperto la campagna promozionale dell'inverno 2008-2009 con azioni congiunte che tengono insieme l'Apt,

l'Unione di prodotto Appennino e Verde e il Consorzio Emilia Romagna Ski, a cui fanno capo il Corno alle Scale, l'area del Cimone, nel Modenese, e il Cerreto, nel Reggiano. Sono azioni che si sviluppano sul web, sulla carta stampata, sulle radio. Siamo presenti sui principali circuiti radiofonici con i bollettini della neve, con i quali andiamo sui mercati che ci possono dare risultati concreti: vale a dire l'Emilia-Romagna, la Toscana, l'Umbria e le Marche. Con i bollettini della neve siamo anche sul portale europeo Ski Info".

L'approccio ai mercati esteri, come quello della Germania, è ancora timido. Colpa della crisi: impone una razionalizzazione degli interventi che richiede di centrare direttamente i principali bersagli, come spiega Gottifredi: "Sul mercato tedesco c'è spazio per raccontare determinate caratteristiche del nostro prodotto, ma stiamo intervenendo con grande prudenza. La situazione economica richiede di serrare le fila e

concentrare le risorse e le idee. Con molta convinzione, invece, stiamo cercando di integrare l'offerta con le proposte enogastronomiche, che sono un punto di eccellenza.

Raccontiamo che cosa c'è intorno alla neve. Abbiamo messo in campo una operazione complessiva che si basa sulla forza di un testimonial come Tomba e stiamo cercando di ridurre le distanze tra le Unioni di prodotto e l'Apt e tra le stesse Unioni. Nell'immediato lo strumento del marketing è importante, nel medio e nel lungo periodo dobbiamo puntare sulla riqualificazione, un terreno sul quale dobbiamo fare altri passi, correre di più".

Oltre 30mila posti letto nel settore alberghiero, 227mila in quello extra-alberghiero, tra alloggi privati, agriturismi, bed and breakfast, campeggi: l'Appennino si presenta all'appuntamento annuale con la stagione della neve con una struttura ricettiva robusta che però ancora, come rileva Sandro Lepri, responsabile di Trademark Italia, deve intervenire



Promozione a tutto campo per compensare la lieve flessione dell'estate scorsa



adeguatamente sulla riqualificazione. "L'area del Cimone e quella di Sestola - spiega Lepri - sono sotto questo profilo su uno scalino più alto rispetto ad altre località: hanno una marcia in più. Ma sta facendo molti passi anche l'Appennino bolognese: l'immagine di Tomba, che è una novità di quest'anno, potrebbe dare risultati interessanti".

Che i primi segnali siano incoraggianti lo conferma anche il presidente dell'Unione di prodotto Appennino e Verde, Pierluigi Saccardi. Se l'estate si è chiusa con un bilancio tutto sommato positivo "per le strutture e le località più all'avanguardia, le previsioni per la stagione invernale sono favorevoli. Se il tempo ci aiuta - dice Saccardi - le nostre stazioni sono pronte. Il Cerreto propone la magia dei suoi laghi e il rinnovato Palaghiaccio, il Cimone lo snow-park e la sua formidabile rete di piste e di servizi, oltre al nuovo stadio dello Slalom. Ma non dimentichiamo Frassinoro, Fiumalbo, Prato Spilla, Schia. E anche dove non ci

sono gli impianti di risalita, il progetto Neve Natura, predisposto dall'Unione di prodotto Appennino e Verde insieme ai Parchi della regione, mette insieme un ricco calendario di camminate con le ciaspole, oltre a feste e incontri con personaggi di grande richiamo dello sport e della cultura. Neve Natura è la novità di quest'anno. Vuole dimostrare che è possibile commercializzare pacchetti e proposte turistiche anche nei borghi più sperduti, lontano dalle stazioni attrezzate, ma sempre all'insegna della calda ospitalità emiliano romagnola". Tra il progetto Neve e il progetto Neve Natura, l'Unione di prodotto ha messo in campo quest'anno 250mila euro ■



Alberto Tomba, il campionissimo ora testimonial delle piste dell'Appennino Emiliano-Romagnolo

LA STRATEGIA

Sempre più tecnologia, per la sicurezza degli sciatori Le novità della stagione 2008-2009

Trecento chilometri di discese per 12 stazioni sciistiche da Piacenza a Forlì. Sono i numeri della montagna emiliano-romagnola, che quest'anno presenta molte novità. Si parte con il nuovo Stadio dello Slalom del comprensorio del Cimone, inaugurato a dicembre al Passo del Lupo. È un tracciato ricavato in una conca naturale classificato come pista nera, lungo 600 metri e con una pendenza che sfiora il 60%, omologato anche per gare di Coppa del Mondo. L'area del Cimone, che offre 50 chilometri di piste, permette di sciare con un unico ski-pass elettronico. Il Corno alle Scale, nel Bolognese, che quest'anno propone weekend da 99 euro tutto compreso, dispone invece di 40 chilometri di discese. Tutte le stazioni si sono dotate di impianti sempre più moderni e tecnologici, con bordi pista protetti con imbottiture e reti nei punti più delicati. Un dato: nell'impiantistica la stazione modenese del Cimone ha investito negli ultimi dieci anni circa 30 milioni. Anche il Corno si presenta con gli impianti tirati a nuovo, mentre il Cerreto ha inaugurato pochi mesi fa una seggiovia di ultima generazione.

L'Appennino offre molte opportunità anche per gli amanti dello sci di fondo. Una su tutte: i 40 chilometri di piste battute e tutte dedicate al fondo che offre Piandelagotti, frazione di Frassinoro, in provincia di Modena. Il punto di riferimento è la scuola di sci di Bosco Reale dove si organizzano molte atti-

vità: noleggio dell'attrezzatura, corsi, escursioni in notturna, riprese video, rifugio con servizio bar e ristorante.

Fra le proposte dell'inverno 2008-2009 ci sono anche le animazioni storiche: i partecipanti si sfidano di notte con delle spade dopo aver raggiunto il luogo con gli sci ai piedi. Altrimenti si può sempre optare per il ciaspoleering: il partecipante deve raggiungere un punto in mezzo al bosco innevato, utilizzando una mappa, la bussola e il cielo. Dal 20 al 22 febbraio 2009, a Piandelagotti, è in programma un grande evento: il campionato Europeo media e lunga distanza di sleddog, le corse con slitte trainate da cani. Proprio lo sleddog, insieme alle arrampicate sul ghiaccio, è una delle tante attività che si possono svolgere in due Parchi nazionali, il Tosco-Emiliano e quello delle Foreste Casentinesi, o nei Parchi dei Cento Laghi e del Frignano. Per le escursioni in motoslitte il punto di riferimento è invece il Cimone. Sempre al Cimone la scuola delle guide alpine insegna tutte le tecniche di spostamento sulla neve e sul ghiaccio: dalle ciaspole alle arrampicate sulle cascate di ghiaccio alle salite con i ramponi. Fra tanti corsi c'è anche quello di "metamorfismo del manto nevoso": in pratica si può imparare a leggere la neve. Tra le offerte "tutto compreso", una delle novità della stagione, c'è quella del Cerreto: la giornata bianca con skipass e pranzo al ristorante a 21 euro ■



di Giuseppe Sangiorgi

Grazie all'accordo, si rafforza un comparto centrale per l'economia parmense

Distretto del prosciutto Volano per lo sviluppo

Da qualche mese il distretto agroalimentare del prosciutto è diventato realtà.

Prima era un'ipotesi di lavoro, una linea tratteggiata sulla cartina della provincia di Parma. Ora, il Distretto diventa un elemento concreto di sviluppo dell'economia parmense, un nuovo strumento di pianificazione territoriale per l'area sud-est, a vocazione specialistica: 167 aziende, 3mila addetti e un business complessivo da 1,7 miliardi di euro.

A inizio agosto, 34 diversi soggetti pubblici e privati (Regione, Provincia, 18 Comuni, associazioni di categoria, Associazione intercomunale pedemontana parmense, Consorzio del

prosciutto di Parma, Camera di commercio, rappresentanze sindacali, Comunità montane Est e Ovest, agenzia per lo sviluppo Soprip) hanno firmato l'accordo di programma per la realizzazione di una serie di azioni in risposta alle esigenze primarie del territorio di produzione del prosciutto.

Il passo successivo è stato la costituzione della Conferenza dei firmatari, "braccio operativo" dell'intesa, organismo, con un comitato esecutivo a sette membri, chiamato ad avviare le azioni, verificarne l'andamento, renderne conto ai soggetti coinvolti, precisare e sviluppare gli interventi.

"Per la prima volta - dice l'assessore regionale all'Agricoltura Tiberio Rabboni, coordinatore dell'accordo di programma - tutte le realtà legate al prosciutto di Parma, pubbliche e private, hanno deciso di mettersi

insieme e di interagire su temi di comune interesse in un vasto territorio".

Tutti gli interventi già previsti hanno precisi soggetti attuatori: la Provincia di Parma e i Comuni sottoscrittori. Le strategie per lo sviluppo futuro, invece, vedranno in campo tutte le associazioni e i soggetti imprenditoriali per definire le azioni da intraprendere, con una sede comune per concordare e sostenere questa responsabilità.

"Quella del distretto - sostiene Pier Luigi Ferrari, vicepresidente della Provincia - è una grande partita. È stato un percorso lungo e non sempre facile, finalizzato a far crescere un comparto fondamentale per l'economia parmense, in forma armonica, sostenibile e conforme alle prospettive e all'evoluzione del mercato".

Qualificazione delle produzioni, strategie comuni, promozione e marketing mirati

montana parmense, Consorzio del

LA STRATEGIA

Al via il mercato "virtuale" del prosciutto

Il Parma Dop vola sul web

Lo scorso 8 ottobre è stato aperto il mercato telematico del prosciutto di Parma Dop che ha registrato fin dall'inizio risultati significativi, a riprova dell'interesse degli operatori verso questo nuovo strumento di commercializzazione. "Le prime contrattazioni - afferma Andrea Zanlari, presidente della Camera di commercio di Parma - testimoniano l'interesse per questa modalità di Borsa merci telematica, che assicura maggiore efficienza e razionalità al mercato, attraverso una più rapida e trasparente determinazione dei prezzi realizzati e dei quantitativi scambiati. Ci vorrà ancora tempo perché la pratica sia più diffusa, ma l'esordio è stato soddisfacente, anche per altre categorie merceologiche. È un contributo che le Camere di commercio possono dare a un Paese che si rinnova".

I vantaggi della Bmti sono evidenti: è un sistema che si fonda sulla contrattazione ad asta

continua, con operatori professionali, sicurezza nei pagamenti e possibilità di accesso da ogni postazione remota. La Borsa offre servizi innovativi come il "mercato telematico sicuro" che consente di agantire i contratti contro il rischio di insolvenze. "Lo strumento - ribadisce Stefano Tedeschi, presidente del Consorzio del prosciutto di Parma - dà l'opportunità anche a imprese poco strutturate di dialogare per ora con tutta Italia e in futuro anche con l'estero".

La Borsa merci telematica è partita anche grazie al lavoro di persone come il professor Aurelio Candian, presidente del Comitato nazionale di filiera del prosciutto di Parma Dop: "Un fine economista e un vero parmigiano, una persona di eccellenti qualità professionali e di grande umanità - ricorda Andrea Zanlari - la cui scomparsa lascia un vuoto incalcolabile" ■



CINQUE DOMANDE

di Giuseppe Sangiorgi

L'obiettivo del distretto è di fare del territorio un polo economico competitivo, agendo principalmente su tre tematiche: qualificazione e valorizzazione delle aree produttive, scelte urbanistiche e di pianificazione territoriale comuni ai 18 enti locali interessati, definizione delle linee strategiche e di marketing del settore per lo sviluppo e la promozione sui mercati. All'interno di questi macro ambiti, sono previste numerose iniziative quali: investimenti in materia urbanistica e sulla viabilità per facilitare l'accesso alle zone di produzione; la realizzazione di due aree sovra comunali - a Pilastro e a Collecchio - ecologicamente attrezzate dedicate alla filiera di lavorazione della carne suina; interventi di potenziamento del sistema fognario e di depurazione delle acque; progetti per l'ulteriore crescita di tutto il comparto produttivo delle carni suine ■

LA SCHEDA

Come nasce il "re della cucina"

Coscia di maiale italiano, sale, una paziente lavorazione e l'aria dei colli della Valparma: sono gli ingredienti che fanno del prosciutto di Parma il re della cucina. Un prodotto simbolo del Made in Italy che sta aumentando le quote dell'export, passate dal 17% al 22% in tre anni. Dal 2006 al 2007 c'è stato un incremento del 25% e nel 2007 sono state prodotte 50 milioni di vaschette di affettato, circa 5 milioni di chili, di cui 36 milioni sono state vendute all'estero. L'export è indirizzato soprattutto a Gran Bretagna, Francia e Nord Europa, ma anche all'Asia e agli Stati Uniti ■



Andrea Zanlari, presidente della Camera di commercio di Parma Riparte Parmalat, Cibus garantita fino al 2016 "Ha vinto la nostra cultura agroalimentare"

Federalimentare, l'associazione di Confindustria che riunisce le associazioni dell'industria alimentare italiana e Fiere di Parma hanno prolungato fino al 2016 il contratto - in scadenza nel 2012 - che le lega nel marchio Cibus. L'accordo prevede, tra l'altro, investimenti sul fronte delle infrastrutture espositive, una maggiore collaborazione tra società fieristiche e la realizzazione di nuovi format a marchio Cibus.

Presidente Zanlari, cosa significa questa intesa per Parma?

"Cibus è un'esperienza di successo che si è radicata a Parma. Il presidente di Federalimentare, Gian Domenico Auricchio ha sempre dimostrato di apprezzare il ruolo della nostra città come punto di riferimento per il food italiano. Il prolungamento dell'accordo potrà sicuramente favorire lo sviluppo di collaborazioni proficue per la promozione e tutela dei prodotti alimentari italiani anche in vista dell'Expo 2015 a Milano".

Nel settore agroalimentare, Parmalat ha saputo risollevarsi.

"La vicenda è l'esempio di come un'azienda sia riuscita a rimanere ai vertici e superare la burrasca grazie alla forte qualità produttiva e a una tecnologia unica al mondo. Possiamo quindi anche considerarla, oltre ai meriti e alla capacità del management che ne ha preso le redini in una fase difficilissima, una vittoria della cultura agroalimentare del territorio di Parma".

Il Parmigiano Reggiano, premiato a San Sebastian nei Paesi Baschi al più importante congresso di gastronomia come "prodotto Dop dell'anno", sta soffrendo una grave crisi sotto il profilo dei prezzi all'origine: quale è la sua ricetta per uscire da questa difficile situazione?

"La qualità di questo formaggio è la migliore d'Italia: un prodotto che regge 48 mesi di stagionatura ha straordinarie capacità organolettiche. Non può essere in balia della grande distribuzione organizzata, ma dovrebbe potersi distinguere sul mercato. Il consumatore dovrebbe essere informato che il latte del Parmigiano è di altissima qualità. Sicuramente le trattative vanno fatte da professionisti sulla base di regole chiare e nette. Può esser d'aiuto la Borsa merci telematica italiana, dove si negozia con rispetto della filiera e la massima trasparenza senza aste al ribasso e garanzia di pagamento alla stipula del contratto".

A più di sei anni dal suo arrivo, l'Efsa, l'Autorità europea per la sicurezza alimentare, non è andata ancora completamente a regime.

"Vi è stato un benefico effetto di 'visibilità' internazionale legato alla presenza dell'Agenzia nella nostra città, che è conosciuta come capitale dell'Agroalimentare. L'Efsa sta andando avanti verso un definitivo consolidamento. È un processo che ha bisogno di tempo e soprattutto si deve comprendere come non possa essere immediato tradurre problematiche complesse che derivano dalle norme europee."



UNA PARMA PIÙ "EUROPEA" PASSA ANCHE DAL RILANCIO ATTRAVERSO GRANDI EVENTI COME LE MOSTRE DEL PARMIGIANINO E DEL CORREGGIO OLTRE AL FESTIVAL VERDI.

// L'immagine di Parma sta recuperando un ruolo all'altezza della sua storia. Parma sta occupando importanti settori della filiera turistica e rivalutando un concetto di qualità che si basa su picchi di eccellenza come le aree della gastronomia e della produzione alimentare assieme al patrimonio artistico. Occorre lavorare per dare continuità e sviluppo a questo percorso che può consolidare Parma come capitale della cultura e dell'arte culinaria d'eccellenza **//**

di Giuseppe Sangiorgi

Il progetto di promo commercializzazione si rafforza con l'adesione di numerose aziende

Gastronomia d'eccellenza in scena con "Deliziando"

La qualità incontra l'export. È la filosofia che ispira il progetto "Deliziando" di promozione e commercializzazione all'estero dei prodotti tipici regionali sostenuto da Regione e Unioncamere Emilia-Romagna, Istituto nazionale per il commercio estero (Ice), Camere di commercio e Consorzi di tutela, Enoteca regionale.

L'obiettivo di "Deliziando" è di promuovere innanzitutto in Europa, quindi in tutto il mondo, le eccellenze enogastronomiche dell'Emilia-Romagna con una formula semplice e innovativa. "Le piccole e medie imprese del nostro

territorio - sottolinea l'assessore regionale all'Agricoltura, Tiberio Rabboni - hanno una necessità strategica di aumentare le esportazioni, ma spesso scontano dimensioni ridotte a fronte di investimenti economici rilevanti richiesti. Con 'Deliziando'

- prosegue Rabboni - oltre alle consuete attività di promozione istituzionale, diamo alle aziende una concreta opportunità di commercializzare i propri prodotti all'estero coinvolgendole direttamente".

Salumi, formaggi, vini, ma anche olio, aceto balsamico, frutta e verdura del territorio che in tutto il mondo sono sinonimo di salubrità, qualità, tipicità e distintività, sono protagonisti di "Deliziando".

"L'impostazione adottata - dice il presidente di Unioncamere regionale, Andrea Zanlari - corrisponde alle indicazioni della normativa regionale di settore e si basa su un punto di forza da valorizzare: l'Emilia-Romagna è la regione che in Italia detiene il più alto numero di prodotti con marchi a riconoscimento comunitario e un'elevata concentrazione di qualità controllata. C'è però da colmare il divario tra la notorietà e l'apprezzamento di cui godono i nostri prodotti di qualità e la loro vendita sui mercati esteri dove occorre raggiungere una 'massa critica' adeguata, promuovendo azioni di aggregazione dei produttori".

Con "Deliziando" vi è la possibilità di superare le frammentazioni attraverso un'unica "cabina di regia", una struttura organizzativa unitaria, capace di mettere in campo azioni diversificate. Il budget a disposizione per il 2009 ammonta a 1 milione e 200mila euro, di cui 800mila della Regione e 400mila del ministero dello Sviluppo economico, che è partner attraverso l'Ice. "Attraverso i suoi uffici all'estero - conferma il direttore della sede bolognese dell'Ice, Ugo Franco - l'Ice ha collaborato alla scelta del logo e del titolo di Deliziando, che sono stati presentati a inizio 2008, valutandone l'impatto nei diversi Paesi".

Il programma operativo di Delizian-

do è partito già nel 2008 con la prima azione promo commerciale gestita da Unioncamere Emilia-Romagna: un workshop di due giorni a Bologna. Una quarantina di buyer esteri del settore agro-alimentare hanno incontrato circa 140 imprese agro-alimentari emiliano-romagnole (quasi tutte quelle aderenti) che hanno presentato le eccellenze dell'enogastronomia selezionate secondo il paniere previsto (prodotti alimentari da agricoltura biologica, a Qualità Controllata, Dop, Igp, Stg, Doc e Docg). Le azioni in programma nel 2009 e le modalità di partecipazione sono state invece illustrate durante tre specifici incontri che si sono svolti a Forlimpopoli al centro di cultura gastronomica Casa Artusi e nelle Camere di commercio di Modena e Parma. Pochi, ma fondamentali, i requisiti necessari: sede in Emilia-Romagna, rispetto dei disciplinari di produzione, garanzia delle caratteristiche qualitative previste dal paniere dei prodotti selezionati, adeguati standard merceologici, organizzativi e di qualità richiesti nei singoli mercati; adesione per almeno un anno, in modo da attrarre un interesse che vada oltre i singoli momenti promozionali.

È richiesta una quota simbolica di compartecipazione che varia in base al numero e alle iniziative prescelte. Alcune si svolgeranno in Italia nel 2009 a contatto con buyer esteri (Vinitaly, Cibuspro, Sana, Macfrut). Altre con una serie di azioni specifiche sui mercati del Nord Europa, Regno Unito e Irlanda, Austria, Est Europa, e Russia, dove è in calendario la prima iniziativa: la partecipazione alla manifestazione "Prodexpo" di Mosca, dal 9 al 13 febbraio 2009. Qui e sarà organizzata un'area per la presentazione dei prodotti e la degustazione.

Info: www.deliziandoitalia.it ■

Nel 2009
debutto a Mosca
al Prodexpo,
quindi iniziative
in tutta Europa



Pubb

di Rossella Pressi

Con la regia di Giuseppe Zanotti, l'azienda si è affermata nel mondo in meno di un decennio

Vicini, dalla Romagna le scarpe dei Vip

Charlize Theron, Halle Berry, Demi Moore, Gwyneth Paltrow, Rihanna e Beyoncé. Queste superstar (e molte altre in realtà) non hanno in comune solo la bellezza ma anche un accessorio a cui è impossibile rinunciare. Tutte quante hanno indossato almeno una volta – su un red carpet, alla consegna di un premio o per un vip party – le scarpe “Made in Romagna” Vicini Shoes firmate da Giuseppe Zanotti, padre dei marchi Giuseppe Zanotti Design, Vicini e Vicini tapeet. Conosciuto in tutto il mondo per la squisita manifattura delle sue calzature gioiello e per

Vera e propria “officina creativa”, si è conquistata il ruolo di icona del Made in Italy

la sua speciale capacità di interpretare in un oggetto di pochi centimetri il sentimento profondo del momento al di là dei diktat che provengono dalle passerelle e dagli stilisti, Zanotti disegna e realizza calzature speciali, uniche, esclusive, che consegna alle migliori boutique del mondo.

La Vicini, nata nel 1994, si è affermata, in meno di un decennio, come azienda di fama mondiale nell'ambito della calzatura femminile di lusso (ma nella sua produzione non mancano le borse e le scarpe per l'uomo). Cresciuta attorno all'officina creativa di Giuseppe Zanotti, l'azienda si è conquistata un posto di rilievo in questa nicchia di mercato, trovando una propria ricetta, fatta di equilibrio tra creatività e sperimentazione da un lato e richieste del mercato e funzionalità dall'altro. Sfruttando il patrimonio artigianale di uno dei più rinomati distretti calzaturieri italiani – quello di San Mauro Pascoli – e gestendo e controllando direttamente la produzione – dagli approvvigionamenti alle consegne – la Vicini è divenuta un'azienda del Made in Italy a tutto tondo, in grado di gestire l'intero processo, dalla ricerca stilistica al customer care.

Quasi 80 milioni di euro il fatturato nel 2008, realizzato con circa 450 dipendenti, per una produzione che supera le 400mila paia di calzature

all'anno, di cui l'80% circa viene esportato. Dove? Negli Stati Uniti (Neiman Marcus, Saks Fifth Avenue, Barneys), in Gran Bretagna (Harrods, Selfridges) a Hong Kong (Lane Crawford), in Canada (Holt Renfrew) e in Francia (Printemps).

A questi prestigiosi punti vendita si aggiungono i monomarca (Milano, Roma, Londra, Parigi, New York, Las Vegas, Tokyo) e le migliori boutique di moda indipendenti di tutto il mondo, in rappresentanza di una politica commerciale coerente con la scelta d'immagine fatta dall'azienda. Entro settembre 2009 le scarpe di Giuseppe Zanotti si troveranno anche a Kuwait City, a Cannes, in Cina a Guangzhou, a Kiev e a Boston.

Giuseppe Zanotti inizia la sua carriera come designer free-lance negli anni '80 quando assiste alle sfilate di Milano e di Parigi frequentate, allora, da artisti e stilisti che furono delle vere icone come Andy Warhol, Thierry Mugler, Keith Haring, Jean Paul Gaultier, Antonio López e altri. Inizia poi a lavorare con aziende di

IL FOCUS

Questa la nuova moda che si fa strada nello star system
Il lusso sbanca anche nel privato

Sono tante le celebrities che da anni trovano tra le proposte della collezione Giuseppe Zanotti Design la scarpa giusta per le loro esibizioni “on stage”. Cinema, televisione e concerti dal vivo sono i migliori testimonial di questo successo internazionale. Ma una nuova moda sembra farsi strada di recente nello star system: adottare queste calzature anche nella vita privata. Più di una diva è stata fotografata la sera prima con tacco di undici centimetri sul red carpet e il giorno seguente a passeggio per le strade di Londra o Los Angeles con un sandalo ultrapiatto sempre Giuseppe Zanotti Design. Una conferma che dimostra come questa sia ormai considerata una calzatura “classica”, pur nel suo particolarissimo genere. Tra le ultime dive in ordine di tempo ad aver indossato scarpe di Giuseppe Zanotti ci sono state, in occasione degli MTV Video Music Awards consegnati il 7 settembre 2008 a Los Angeles, Rihanna, Mariah Carey, Duffy, le Pussycat Dolls, la mini-diva Miley





moda come designer di calzature senza più abbandonare questo suo amore. Collabora con Valentino, Thierry Mugler, Missoni, Dior, Roberto Cavalli, Ferré e Balmain.

La grande scelta arriva però nel 1994 quando decide, con sua moglie Cinzia, di acquistare un piccolo calzaturificio per dedicarsi a un'idea ambiziosa: progettare e produrre direttamente le proprie calzature.

Immaginando il mondo della donna in un piede, inizia a disegnare gioielli, tacchi, lavorare seta, ricamare velluto e sperimentare nuove tecniche, il tutto per esaltare questo importante accessorio e per cercare di interpretare i sentimenti e le emozioni più nascoste della donna. Così, da questo piccolo laboratorio di quindici persone con all'interno un gioielliere, un esperto di tacchi e forme ed una ricamatrice, con passione e costanza parte la sfida e la prima collezione, quella della primavera-estate 2004. Da allora i clienti più prestigiosi del mondo come Saks, Neiman Marcus, Bergdorf Goodman, Barneys, Harrods, Selfridges, Harvey Nichols, Lane Crawford e Holt Renfrew propongono ad ogni stagione le collezioni Giuseppe Zanotti Design per i propri clienti. "L'indicazione univoca nella moda - ha recentemente affermato Giuseppe Zanotti nel presentare la collezione Design primavera-estate 2009 - non ha

più senso: il singolo individuo ritaglia su se stesso uno stile, la somma di più individui crea una tendenza. Così nelle mie collezioni esistono temi anche contraddittori, adatti a esigenze, momenti e luoghi diversi. Esattamente come accade in una playlist dove i brani musicali appartenenti a generi diversi riescono a creare nel loro insieme un'armonia complessiva. Questa è la mia formula: pensare ai temi che disegno come a brani musicali da accostare".

Uno stile che nel 2007 gli ha permesso di conquistare, a New York, in occasione della quattordicesima edizione del "FFANY Shoes on sale", il prestigioso ed esclusivo riconoscimento di "Designer of the year" per la sua abilità artistica, la qualità del design, il successo internazionale del suo marchio e il suo costante impegno profuso nel coltivare la nuova generazione di designer e preservare l'artigianalità della calzatura italiana. Per l'occasione, Giuseppe Zanotti ha anche creato un'edizione unica del suo sandalo-scultura "Slim" (selezionate per Kim Cattrall in una delle scene più sexy e ironiche di "Sex and the City - The Movie"), con accessorio lisca di pesce realizzato in argento e rubino. Il sandalo, venduto all'asta quella sera stessa, ha permesso di devolvere 10mila dollari a favore della ricerca contro i tumori al seno. Ma lo stile di questo designer internazionale non viene riconosciuto solo dal mondo della moda e del design. Il Museo della Calzatura di Vigevano infatti ha acquisito, per una mostra che si è tenuta tra l'inverno e la primavera del 2008, cinque tra i modelli più seducenti realizzati tra il 2000 e il 2005 da Giuseppe Zanotti perché fossero tra i protagonisti di una importante esposizione dedicata al più "sottile" tra gli strumenti della seduzione femminile: il tacco a spillo. La mostra, intitolata appunto "Tacco a spillo. Fascino e seduzione", ha ospitato oltre cento modelli di epoche e provenienze differenti. "Il museo Pietro Bertolini di Vigevano - ha commentato Giuseppe Zanotti - è l'unica istituzione pubblica dedicata alla calzatura su territorio italiano e questo rende il riconoscimento ancora più gradito" ■

Al centro,
Giuseppe Zanotti

Cyrus, Natasha Bedingfield, Paula Abdul e Molly Sims. Tra le superstar del grande schermo, invece, hanno indossato calzature disegnate da Giuseppe Zanotti Gwyneth Paltrow (per presentare il suo ultimo film Iron Man), Charlize Theron, (per la premiere del film Hancock ad Hollywood) e Lindsay Lohan sul set del film Labor Pains. Tra le dive nostrane che sono testimonial di Zanotti ci sono invece Cristiana Capotondi, Eliana Miglio e Jane Alexander che le hanno indossate all'appuntamento annuale di Venezia. Halle Berry è stata più volte paparazzata con infradito gioiello piatte e sandali gladiatore dentro e fuori dal red carpet. Anne Hathaway, dopo aver indossato Giuseppe Zanotti Design sul set, è stata fotografata più volte con queste splendide calzature anche fuori dal set. E Demi Moore ha contagiato anche sua figlia, Rumer Willis, che sceglie nella linea Giuseppe Zanotti Design i modelli più adatti alla sua giovane età.

Accade poi che molte fan del marchio, come Rihanna e Beyoncé, decidano di raggiungere direttamente lo stilista nello showroom newyorkese per selezionare in anteprima le calzature della nuova stagione per il proprio guardaroba personale ■

di Nicoletta Canazza

L'impresa bolognese è leader nel mercato dei lettori di codici a barre ad alta tecnologia

L'innovazione paga Parola di Datalogic

Un 2008 in crescita, sia per utili che per fatturato, un premio internazionale alle aziende che hanno avuto intuizioni geniali, shopping da 45 milioni per consolidare la leadership nel settore dell'automazione industriale. È senz'altro positivo il bilancio della bolognese Datalogic, azienda leader nel mercato dei lettori di codici a barre quotata al segmento Star di Piazza Affari. Una realtà made in Emilia-Romagna che, nonostante i venti di recessione dell'economia globale, va a gonfie vele, in netta controtendenza con l'andamento nazionale.

Non tagliare sulla ricerca: questa la ricetta per restare competitivi

Ricetta emiliana? Secondo Roberto Tunioli, amministratore delegato di Datalogic, "questi risultati sono frutto di una buona pianificazione dei costi fatta a inizio 2008. La crisi generale, seppur non prevedibile in queste dimensioni, non ci ha trovato impreparati. Siamo stati virtuosi nel contenere i costi senza

tagliare sulla ricerca e l'innovazione e questo ci ha consentito di affrontare la turbolenza con meno preoccupazioni rispetto ai competitor". Con i suoi 1.900 dipendenti in 40 Paesi, oggi Datalogic è uno dei principali produttori mondiali di lettori di codici a barre, di mobile computer per la raccolta dati e di sistemi a tecnologia Rfid. L'azienda investe circa 30 milioni di euro all'anno nel settore Ricerca e Sviluppo, è presente con propri uffici in più di 50 Paesi nel mondo che vendono a oltre 100 Paesi. Solo nel 2007 ha registrato ricavi superiori ai 400 milioni di euro e profitti di oltre 18 milioni. Un trend confermato nel 2008 - con gli utili a più 44% - e che, nonostante i venti di crisi, le ha dato il coraggio di fare shopping. "A novembre - sottolinea Tunioli - abbiamo ufficializzato la chiusura dell'operazione Datasensor, azienda italiana leader nella progettazione, produzione e commercializzazione di sensori e dispositivi fotoelettrici per l'automazione industriale. L'acquisizione, avvenuta in due tran-

che, ha comportato un investimento complessivo di 45 milioni di euro, prezzo ritenuto equo da una perizia predisposta da Kpmg Advisory". Ma come si crea un successo industriale? Datalogic inizia la propria attività nel 1972, con due tecnici, come società in accomandita semplice, nella canonica della chiesa di Quarto Inferiore a Bologna. In quei primi anni di attività l'azienda realizzava apparecchi elettronici di ogni tipo in vari settori per farsi conoscere e dimostrare le proprie capacità ingegneristiche. Successivamente passò a progettare, produrre e commercializzare circuiti logici a transistor per controllo e regolazione, dedicati sia all'industria che alle centrali telefoniche. Come spesso accade, la svolta avvenne grazie a un'intuizione: Datalogic identificò nell'ottica-elettronica la sua tecnologia di sviluppo e iniziò a investire nella progettazione e produzione di controlli fotoelettrici per rispondere alle nuove richieste dell'industria tessile, ceramica e dell'imballaggio. Era l'inizio di una crescita inarrestabile per l'azienda che ha il suo quartier generale a Lippo di Calderara di Reno, sempre in provincia di Bologna. Sono trascorsi oltre 36 anni da quando Romano Volta fondò Datalogic. Dal 1974, quando presentò il primo scanner al mondo per la lettura del codice a barre alle casse dei negozi alimentari, l'azienda ha inanellato una serie di primati: suo il primo lettore industriale di codice a barre in Europa (1978), sua la prima applicazione del sistema in un aeroporto in Europa (scalo di Milano-Linate, 1984), suoi il primo scanner omni-direzionale con bilancia (1994) e la prima applicazione tecnologia Rfid al mondo in un ufficio postale (1999). Ultima perla del palmares è stato un premio internazionale per i prodotti innovativi.



L'agenzia Frost & Sullivan, infatti, ha da poco consegnato a Datalogic il prestigioso riconoscimento destinato alla qualità e al merito delle aziende che hanno avuto intuizioni geniali. Ad attirare l'attenzione degli addetti ai lavori sono stati i prodotti Joya e Shopevolution. "Un riconoscimento - aggiunge Tuniola - che ci rende orgogliosi: Joya e Shopevolution sono allo stesso tempo prodotti piacevoli a livello di design e dall'alto contenuto tecnologico. Rappresentano una soluzione avanzata per il self shopping, a conferma della nostra capacità di innovare e la nostra leadership nel settore". Sono passati oramai 34 anni da quando il primo lettore al mondo di codici a barre Datalogic scansionò un chewingum Wringler nel supermercato Marsh della cittadina di Troy nell'Ohio. Chissà se la cittadina era stata scelta per caso. Di fatto Troy - intitolata come la mitica città di Troia - aprì a Datalogic il mercato internazionale; un po' come fece il cavallo di legno dei guerrieri greci.



Non a caso l'azienda si diede da subito un respiro internazionale. Già nel 1974 aveva aperto a Nürtingen, in Germania, un piccolo ufficio per la distribuzione dei prodotti Datalogic. Solo cinque anni dopo, nel 1979, costruiva un nuovo stabilimento a Erkenbrechtswiler. A fine anni '70 la rete di vendita e assistenza clienti comprendeva filiali in tutti i principali Paesi europei. Oggi si avvale di una rete commerciale e di servizi che può contare su oltre mille partner distribuiti in più di 100 Paesi; molti, inoltre, gli

accordi di partnership con leader mondiali nella system integration e nell'impiantistica industriale, con multinazionali del calibro di IBM, Accenture, Wincor Nixdorf, fino a Mettler Toledo, Siemens, Dematic, Lockheed Martin, Vanderlande, Toyo Kanetsu.

Le alleanze strategiche e la scelta accurata di fornitori più qualificati permettono a Datalogic di progettare e offrire le soluzioni più avanzate per le sempre più complesse esigenze applicative di diversi settori industriali, in particolare manifatturiero, retail, trasporti e logistica. Cuore dell'azienda è il reparto R&S. "L'azienda - conferma Tuniola - fa ricerca e produzione in Europa, Asia e America. Solo nel 2008 abbiamo immesso sul mercato una decina di nuovi prodotti grazie ai quali abbiamo mantenuto i ricavi sul livello del 2007 pur in un contesto internazionale in forte contrazione. E per il 2009 il consiglio di amministrazione ha già autorizzato gli investimenti necessari per altri nuovi prodotti" ■

Nella foto, da sinistra, Roberto Tuniola e Romano Volta. Sotto, l'innovativa soluzione "Joya"



LE CIFRE

Ecco i numeri, risultato di una strategia premiante

Idee sempre nuove, indicatori in crescita

Un utile netto in crescita del 44%, a 16,6 milioni di euro, Mol a 37,4 milioni (più 1,4%), ricavi in linea con il 2007. Sono i risultati al 30 settembre 2008, presentati dal consiglio di amministrazione di Datalogic spa al mercato. "Il segreto è proporre ai clienti sempre idee nuove", sottolinea l'ad Roberto Tuniola. Una strategia premiante visto che nei primi nove mesi del 2008, mentre si rafforzavano i venti di crisi, Datalogic ha tenuto sul mercato dichiarando ricavi di vendita consolidati per 284,3 milioni di euro. Il calo del 4,4%, rispetto ai 297,5 milioni del corrispondente periodo dell'anno precedente, è tutto dovuto all'instabilità dei cambi. A cambio euro-dollaro costanti, infatti, la crescita sarebbe stata di circa l'1% rispetto al 2007. Il margine operativo lordo (Ebitda) si è attestato a 37,4 milioni di euro (più 1,4% rispetto ai 36,9 milioni al 30 settembre 2007) mentre il risultato operativo ordinario (Ebitanr) è di 28,8 milioni di euro (più 3,5% rispetto ai 27,9 milioni registrati nel corrispondente periodo dello scorso esercizio). In forte aumento l'utile netto consolidato nei primi nove mesi dell'anno: 16,6 milioni di euro (più 44% rispetto agli 11,5 milioni di euro al 30 settembre 2007). Nel terzo trimestre i

ricavi consolidati ammontano a 90,8 milioni (in calo dell'8% rispetto ai 98,6 milioni del corrispondente periodo dello scorso anno); a cambio euro-dollaro costanti, la diminuzione sarebbe stata di circa il 4 per cento. Il margine operativo lordo (Ebitda) a 12,1 milioni (più 9% contro gli 11,1 milioni del terzo trimestre 2007) e un risultato operativo ordinario (Ebitanr) pari a 9,2 milioni (più 13% rispetto agli 8,1 milioni nel 2007). Buoni i risultati di tutte le divisioni operative dell'azienda: Mobile, Automation, Scanning, Business Development, Datalogic spa. Al 30 settembre, la posizione finanziaria netta dell'azienda bolognese risulta negativa per 73,9 milioni, in aumento sia rispetto a quella al 31 dicembre 2007 (negativa per 62,5 milioni) che a quella al 30 settembre 2007 (negativa per 67 milioni). Da segnalare che nel corso dei primi nove mesi dell'anno sono state acquistate azioni proprie per circa 19 milioni. Al "lordo" dell'acquisto di azioni proprie (comprese anche 5.409.981 azioni proprie annullate in maggio 2008), la posizione finanziaria netta al 30 settembre risulterebbe negativa per "soli" 26,7 milioni. I dividendi pagati agli azionisti ammontano a 4 milioni ■

Pubb



di Elena Turrini

Un ulteriore passo avanti con l'apertura entro il 2009 di quattro negozi in Cina

Da Forlì a Pechino con i materassi Dorelan

Imaterassi romagnoli sbarcano in Cina. La Dorelan, azienda forlivese attiva da quarant'anni nella produzione di articoli per il sistema letto – materassi, guanciali, reti in legno e in alluminio, copri rete e copri materassi e da pochi mesi anche letti imbottiti – aprirà quattro negozi monomarca tra Shanghai e Pechino entro il 2009. Un ulteriore passo avanti nella conquista del Paese del Dragone: Dorelan ha già aperto un monomarca a settembre, nel cuore di Shanghai, un negozio da 180 metri quadrati in un centro commerciale che riunisce diversi marchi Made in Italy.

È proprio la qualità del prodotto italiano il segreto del successo di Dorelan in Cina: "Il Made in Italy è percepito in Cina come alta manifattura, un prodotto di prestigio che risponde alle esigenze di clienti di classe alta, un target sempre più consistente di nuovi ricchi", spiega Cristian Bergamaschi, uno dei soci dell'azienda. Ecco perché Dorelan, che si colloca in un segmento medio alto, punta al mercato della Repubblica

popolare cinese e si sta muovendo anche con un altro progetto parallelo: la partecipazione, all'interno di un'organizzazione temporanea di imprese di cui è capofila, al bando della Regione Emilia-Romagna 5.2 azione D che sostiene iniziative aggregate per penetrare i mercati esteri. L'Ati è costituita da sei aziende emiliano-romagnole specializzate nel settore "bedding" (dai materassi, ai guanciali fino alle reti e ai letti) e grazie al contributo regionale – che copre fino al 50% delle spese ammissibili – si presenterà come unica entità a un'importante fiera internazionale di arredo che si terrà a Canton in marzo 2009. Un progetto promozionale consistente, del valore di 400mila euro, che si affianca ad azioni per "stabilire partnership commerciali e relazioni con distributori locali", sottolinea Bergamaschi.

L'export è per Dorelan un voce di bilancio in continua crescita: attivo solo da tre anni, il settore estero punta a coprire nel 2009 il 10% di fatturato: l'azienda è già presente in Spagna, con una consolidata rete di

agenti, in Francia e Svizzera la struttura commerciale è in fase di potenziamento e si sta sviluppando l'export anche in Israele e nell'area asiatica (oltre alla Cina anche Corea, Taiwan e Hong Kong). Forte di una struttura che occupa 135 dipendenti – a breve verrà realizzato un nuovo stabilimento, sempre a Forlì, di 40mila metri quadrati – e sforna oltre 1.500 articoli al giorno con cinque linee di produzione, Dorelan ha chiuso il 2008 con un fatturato di 27 milioni di euro – in leggera crescita rispetto al 2007 – e prevede di raggiungere un volume d'affari di circa 35 milioni nel prossimo triennio.

Tra i punti di forza dell'azienda la caratterizzazione e la personalizzazione della gamma di articoli – grazie a strategie di marketing one to one – oltre a una strategia forte di marketing che va dalla comunicazione pubblicitaria sulle reti nazionali Rai a strumenti come il porta a

Il segreto, per conquistare i "nuovi ricchi", è puntare tutto sull'alta gamma





porta e le affissioni stradali. Dal 2002 al 2006 Dorelan ha ricevuto il premio Europe's 500, riconosciuto dal Parlamento europeo e assegnato alle aziende europee che rispondono a sette criteri di selezione, tra cui la crescita del fatturato non inferiore al 50% e un aumento dell'occupazione non inferiore al 30%.

Il core business della produzione – rigorosamente tutta Made in Italy per salvaguardare cura dei particolari, qualità, sicurezza e rintracciabilità del prodotto – sono i materassi, a cui Dorelan si dedica dalla sua fondazione nel 1968. Materassi a molle tradizionali, indipendenti, in lattice e in poliuretano espanso: è in quest'ultima gamma che si sono maggiormente concentrate le ricerche di Dorelan negli ultimi cinque anni, arrivando a realizzare prodotti altamente innovativi come il Myform. La qualità di Myform,



materiale brevettato dall'azienda, è stata riconosciuta anche da Lamborghini, che l'ha scelto come imbottitura per i sedili della mitica Gallardo. Gli studi sull'ergonomia del sedile sono stati condotti dai ricercatori della sezione di fisiologia umana del dipartimento di Scienze e tecnologie biomediche dell'università di Udine: il pilota è stato monitorato attraverso una serie di misurazioni dinamiche che hanno già dato esito positivo alle resistenze e sollecitazioni.

Nel 2008 Dorelan ha brevettato l'evoluzione del Myform, il Myform HD: "Si tratta di poliuretani con una densità più elevata – spiega Berga-

maschi – che garantiscono un migliore adattamento del materasso alla morfologia del fisico". Il Myform HD è stato studiato, progettato e prodotto tutto internamente – in partnership con l'università di Udine – e si avvale di una collaborazione in esclusiva con uno dei fornitori Dorelan. Sempre con l'ateneo di Udine, Dorelan ha creato il primo materasso con certificazione europea di ergonomia, il materasso origin: adattandosi perfettamente alla forme della figura umana, garantisce un elevatissimo comfort. L'università di Bologna – laboratorio di cronopsicologia applicata – ha scientificamente provato che sul materasso Origin si dorme più a lungo e la qualità del riposo è migliore. Il test è stato eseguito sui consumatori, ai quali è stato applicato al polso un attigrafo, un sensore capace di registrare i parametri legati al sonno. Dallo studio si è riscontrato che, riposando su un materasso Origin, il tempo di "addormentamento" si riduce del 30%, come si riducono del 40% i movimenti durante il sonno.

La qualità di Dorelan è stata scelta anche dagli organizzatori dei Giochi Olimpici Invernali di Torino nel 2006: sono stati forniti 10mila materassi a molle studiati ad hoc per garantire il riposo degli atleti ospiti nel villaggio olimpico.

L'azienda forlivese collabora inoltre con alcune importanti compagnie navali come Carnival, Msc e Costa Crociere che hanno scelto il marchio Dorelan per allestire le cabine delle loro navi ammiraglie. Tra i prossimi investimenti – oltre al raddoppio della sede, con il nuovo stabilimento da 40mila mq – anche il miglioramento della logistica e dei trasporti, in grado di supportare l'incremento della domanda produttiva ■

IL PROGETTO

Il bando regionale per sostenere l'export tramite le reti di imprese **Internazionalizzazione a portata di Ati**

La Regione Emilia-Romagna ha pubblicato il nuovo bando 2008 della misura 5.2 azione D, che sostiene iniziative aggregate di imprese che vogliono penetrare i mercati esteri. C'è tempo fino al 6 marzo 2009 per presentare la domanda rivolta ad aggregazioni temporanee di imprese – almeno sei piccole e medie imprese – che appartengono allo stesso settore o alla stessa filiera produttiva e che hanno sede in Emilia-Romagna. Le imprese devono definire chiaramente un progetto strutturato di internazionalizzazione finalizzato, attraverso la collaborazione tra le imprese, alla promozione e penetrazione commerciale e industriale nei mercati esteri.

Vengono ammesse a finanziamento le spese per la partecipazione a eventi fieristici internazionali, interventi di promozione e pubblicità sui mercati esteri (acquisto di spazi pubblicitari comuni e realizzazione di incontri, eventi, convegni) consulenze esterne per studi di fattibilità relativi a investimenti esteri (show room collettivi, centri di servizi, impianti produttivi di beni e servizi, comprese le reti distributive) visite aziendali di operatori stranieri in aziende emiliano-romagnole. Il contributo viene concesso fino al 50% delle spese ammissibili a finanziamento e per ciascun progetto non potrà essere inferiore a 25mila euro e superiore a 200mila euro ■

Pubb

Pubb



“EUROPEAN SME WEEK 2009”

La prima settimana europea delle PMI, che si svolgerà dal 6 al 14 maggio 2009, è una campagna per promuovere lo spirito imprenditoriale in tutta l'Europa e per informare gli imprenditori sul supporto a loro favore a livello europeo, nazionale e locale. La settimana delle PMI è intesa a: offrire e diffondere informazioni sulle forme di supporto che l'UE e le autorità nazionali offrono alle piccole imprese; creare un partenariato UE-PMI, sottolineando come l'Europa sia più forte grazie a delle PMI competitive, nonché il fatto che l'UE è disposta ad offrire loro supporto e consulenza; motivare le PMI esistenti ad ampliare le proprie prospettive sviluppando e ingrandendo la propria impresa; lanciare idee e condividere le esperienze sull'imprenditorialità e gli imprenditori; convincere i giova-

ni che la carriera imprenditoriale è un'opzione affascinante. La settimana delle PMI è coordinata dalla Direzione Generale Imprese e Industria della Commissione europea. La settimana delle PMI rappresenta uno dei provvedimenti che attiva il “Small Business Act”, il primo quadro politico articolato per la Piccola Impresa nell'UE e nei suoi Stati membri.
http://ec.europa.eu/enterprise/policy/entrepreneurship/sme-week/index_it.htm



Notizie dall'Unione Europea

ANNO EUROPEO PER L'INNOVAZIONE E LA CREATIVITÀ

La Commissione europea ha aperto la campagna di comunicazione per il 2009 Anno europeo della creatività e dell'innovazione, con lo slogan “immaginare - creare - innovare”. Scopo dell'iniziativa è promuovere approcci creativi e innovativi in vari campi dell'attività umana per consentire all'UE di rispondere alle sfide che le si prospettano in un mondo globalizzato. L'anno europeo per l'innovazione e la creatività mira ad accrescere la consapevolezza dell'importanza della creatività e dell'innovazione in quanto competenze chiave per lo sviluppo personale, sociale ed economico. Sottolineando la creatività e l'innovazione, l'UE mira a dar forma al futuro dell'Europa in un contesto di concorrenza globale stimolando il potenziale creativo e innovativo. L'UE offrirà una struttura in grado di sensibilizzare a questo tipo di questioni e a promuovere un dibattito politico sul modo di aumentare il potenziale creativo e innovativo dell'Europa. Saranno, inoltre, varate campagne di promozione, eventi e iniziative a livello europeo, nazionale, regionale e locale. L'anno europeo per l'innovazione e la creatività è un'iniziativa orizzontale che si riallaccia e coinvolge vari aspetti: oltre a quelli riguardanti l'istruzione e la cultura, esso comprende le politiche d'impresa, quelle regionali e della ricerca.
 Rif.: <http://www.create2009.europa.eu/>

LEAD MARKET INITIATIVE FOR EUROPE

Attraverso la “Lead market initiative for Europe” la Commissione Europea intende liberare il potenziale dei prodotti e servizi innovativi attraverso l'eliminazione degli ostacoli che frenano l'innovazione.

Al momento sono sei i mercati prioritari coinvolti da questa iniziativa: eHealth, i tessuti tecnici, l'edilizia sostenibile, il riciclaggio, i bioprodotto e le energie rinnovabili. Questi mercati - che hanno un forte valore economico e sociale - producono una cifra d'affari annuale di più di 120 miliardi di euro e impiegano circa 1,9 milioni di individui nell'UE.

Grazie a questa iniziativa la cifra d'affari di questi settori potrebbe superare i €300 milioni mentre gli occupati potrebbero salire a 3 milioni entro il 2020. Basandosi su una migliore regolamentazione, la stimolazione degli appalti pubblici e lo sviluppo di norme interoperative, l'iniziativa dovrà permettere alle imprese europee di beneficiare di opportunità eque e ottimali di accedere a nuovi mercati mondiali a crescita rapida e portare vantaggi visibili ai consumatori europei nei settori essenziali per il loro benessere.

Rif.: <http://europa.eu/rapid/pressReleasesAction.do?reference=IP/08/12>

AUTORIZZATO IL REGIME ITALIANO DI RIFINANZIAMENTO DEGLI ISTITUTI DI CREDITO

La Commissione europea ha autorizzato, ai sensi delle norme sugli aiuti di Stato, il regime di garanzia delle passività e le operazioni temporanee di scambio per gli istituti di

credito volto a stabilizzare i mercati finanziari. La Commissione ha concluso che il regime è un mezzo adeguato, necessario e proporzionato di porre rimedio ad un grave turbamento dell'economia italiana, in linea con i criteri precisati nella comunicazione della Commissione sulle misure adottate per le istituzioni finanziarie nel contesto della crisi finanziaria, ed è pertanto compatibile col trattato CE. In particolare, il regime prevede un accesso non discriminatorio, è limitato nel tempo e nel campo di applicazione ed introduce misure di salvaguardia adeguate per limitare le distorsioni della concorrenza.

Le misure prevedono: una garanzia statale sulle nuove passività emesse dalle banche con scadenze superiori a 3 mesi e fino a 5 anni; operazioni temporanee di scambio semestrali tra titoli di Stato e passività delle banche italiane, il cui tasso d'interesse e scadenza coincidono perfettamente, in modo da garantire un flusso di cassa identico ed una fissazione dei prezzi diretta, e una garanzia statale per le banche a favore di terzi (ad esempio le imprese di assicurazione) per l'ottenimento di prestiti di titoli di qualità elevata a loro volta utilizzati dalle banche per ottenere rifinanziamenti nell'Eurosistema. Tutte e tre le misure sono a disposizione soltanto delle banche solvibili.

La Commissione ha concluso che il regime italiano di rifinanziamento è uno strumento adeguato per ripristinare la fiducia sui mercati finanziari, in linea con le regole UE sugli aiuti di Stato.

Rif.: http://ec.europa.eu/comm/competition/state_aid/register/ii/by_case_nr_n2008_0510.html#520a



Bandi comunitari e appuntamenti

COOPERAZIONE REGIONALE BANDO "CENTRAL EUROPE"

Il 7 gennaio 2008 sarà aperto il secondo bando del programma di cooperazione transnazionale Central Europe con scadenza prevista il 18 marzo 2009. Le priorità: facilitare l'innovazione attraverso l'Europa Centrale; migliorare l'accessibilità nell'Europa Centrale; utilizzo responsabile delle risorse ambientali; rafforzare la competitività e l'attrattività delle città e delle regioni; assistenza tecnica. I soggetti beneficiari sono: autorità pubbliche nazionali, regionali e locali, dipartimenti ed agenzie pubbliche che si occupano di sviluppo regionale, pianificazione territoriale, tecnologia ed innovazione, sviluppo urbano e rurale, trasporti, gestione dell'ambiente e dei rischi; enti pubblici equivalenti e istituzioni private. Le aree geografiche ammissibili sono: Austria; Repubblica Ceca; Germania (Baden-Württemberg, Bayern, Berlin, Brandenburg, Mecklenburg Vorpommern, Sachsen, Sachsen-Anhalt, Thüringen); Ungheria; Italia (Piemonte, Valle d'Aosta, Liguria, Lombardia, Provincia Autonoma Bolzano, Provincia Autonoma Trento, Veneto, Friuli-Venezia Giulia, Emilia-Romagna); Polonia; Repubblica Slovacca; Slovenia; Ucraina.

Il budget è di 70 milioni di Euro.

Rif.: <http://www.fondieuropei2007-2013.it/sezioni/scheda.asp?id=11>

INVEST IN MED

La Commissione europea promuove gli investimenti nell'area del Mediterraneo attraverso il nuovo programma regionale "Invest in Med". Si è svolta a Nizza lo scorso 5 e 6 novembre la Conferenza euromediterranea dell'industria intitolata "Competitività, innovazione e sviluppo industriale sostenibile". In particolare Invest in Med ha una durata triennale (2009-2011) e dispone di una dotazione finanziaria di 9 milioni di euro.

Il programma (gestito dal consorzio MED-Alliance che comprende ANIMA, Eurochambres, ASCAME, UMCE/Business MED, UNIDO ed Euroméditerranée) è destinato a 9 Paesi della riva sud del Mediterraneo (Algeria, Egitto, Israele, Giordania, Libano, Marocco, Autorità Palestinese, Siria e Tunisia).

L'obiettivo è quello di sviluppare investimenti diretti esteri e flussi commerciali nella regione mediterranea, facendo del Mediterraneo una destinazione attraente e sicura per il commercio e sviluppando co-investimenti e partnership secondo una sinergia sud-nord o sud-sud.

Il programma cerca, inoltre, di costituire una rete di organizzazioni pubbliche o private dell'Unione europea e del Mediterraneo e, più generalmente, tra tutti gli attori coinvolti nello sviluppo economico, attraverso l'organizzazione di periodici meeting business-to-business che hanno lo scopo di sviluppare relazioni a lungo termine e partnership tra picco-

le e medie imprese di entrambe le sponde del Mediterraneo.

Rif.: <http://www.invest-in-med.eu/>

REGIONI DELLA CONOSCENZA

Il Bando relativo all'iniziativa "Regioni della conoscenza" mira a rafforzare il potenziale di ricerca delle regioni europee, in particolare supportando lo sviluppo in Europa dei cluster regionali "research-driven" associando università, centri di ricerca, imprese e autorità regionali. L'iniziativa consentirà di intensificare il ruolo della ricerca e dello sviluppo tecnologico nello sviluppo economico locale e investire meglio e di più in R&S. Lo scopo è accrescere la capacità delle regioni europee nel sostegno alla ricerca, sviluppo tecnologico e sviluppo economico locale. Il bando prevede il consolidamento della cooperazione transfrontaliera tra cluster operanti nella ricerca legati alla "Lead Market Initiative". I principali scopi di questi network sono lo sviluppo di cluster regionali, per lo sviluppo di strategie di ricerca e l'uso sostenibile delle risorse naturali e ambientali. Il bando si focalizza su 4 temati di gestione dei rifiuti; delle foreste; del sottosuolo e della terra, dei rifiuti. Scadenza: 27/01/2008. Budget indicativo: € 16 milioni di Euro.

Rif.: http://cordis.europa.eu/fp7/dc/index.cfm?fuseaction=UserSite.CapacitiesDetailsCallPage&call_id=167

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



L'Europa alla portata della vostra impresa

SIDI Eurosportello - 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, 1 - 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