

ECONERRE

APRILE
2008

ECONOMIA EMILIA-ROMAGNA

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



Primo piano

Filiere ai raggi X

Le sorprese del 2007



Nord Africa La nuova frontiera

I dati fanno registrare un'impennata dell'interscambio commerciale con l'area. Diversi gli investimenti di successo messi a segno dall'industria regionale



Focus

Research to business
scalda i motori

Finanza

La Regione investe
nel "seed capital"

Infrastrutture

Il distretto ceramico
avrà la sua autostrada

Innovazione

Imprese artigiane
Un bando per la crescita

Pubb

“Dobbiamo aumentare la cultura dell'accoglienza”

Publicata l'indagine dell'Osservatorio sul turismo, un settore strategico per l'economia regionale



* Presidente
Unioncamere Emilia-Romagna

di Andrea Zanlari*

Il turismo viene considerato l'attività economica con il più elevato livello di coinvolgimento al proprio interno di settori produttivi molto differenziati ed eterogenei. Oltre a caratterizzarsi per gli aspetti di trasversalità e di integrazione tra componenti diverse del sistema economico, il turismo ha impresso in misura crescente una spinta propulsiva alla crescita economica, creando posti di lavoro non solo nelle economie mature.

L'ampiezza e la complessità della materia impongono di selezionare le metodologie e gli strumenti più idonei a consentire una lettura efficace dell'evoluzione congiunturale e di costruire quadri analitici o scenari previsionali entro i quali elaborare strategie di intervento di breve e medio periodo. È proprio questo l'obiettivo che, a ben vedere, si sono proposti di perseguire nel tempo la Regione e il sistema camerale con il programma di ricerche dell'Osservatorio turistico, per la cui realizzazione si sono avvalsi dell'apporto di autorevoli strutture specializzate. Quella da poco pubblicata, è la dodicesima edizione dell'Osservatorio turistico che ha contribuito nel tempo allo sviluppo delle sinergie conoscitive necessarie a diffondere una cultura del turismo tra operatori pubblici e privati.

A partire dalla sua attivazione, molteplici temi sono stati indagati di volta in volta dall'Osservatorio nella parte monografica, a integrazione dei tradizionali dossier di monitoraggio sull'andamento e sui risultati a consuntivo del settore in ambito regionale. Nei diversi Rapporti sono stati analizzati, in particolare, il ruolo del turismo nel sistema economico e i punti di forza e di debolezza dei diversi comparti nei quali si articola il settore, correlati con l'evoluzione della domanda: l'offerta

alberghiera balneare, le città d'arte, il turismo termale e quello sportivo, il prodotto "Appennino", l'offerta di appartamenti per l'ospitalità, la ristorazione. Sono state parimenti indagate le logiche imprenditoriali dell'ampio ventaglio di soggetti operanti nel settore, l'evoluzione dei processi produttivi e le dinamiche di innovazione delle imprese turistiche, senza trascurare l'analisi dei fabbisogni di nuove figure professionali. Le potenzialità turistiche del territorio regionale sono state parallelamente messe in relazione, soprattutto attraverso indagini motivazionali, con gli indicatori che il turista percepisce come importanti nella scelta delle destinazioni dei periodi di vacanze. Da questo punto di vista, l'Osservatorio ha cercato di impostare un modello finalizzato a definire una

strategia di azioni per migliorare la cultura dell'accoglienza e la qualità dell'ospitalità turistica in Emilia-Romagna. Nella consapevolezza che tra i compiti dell'intervento pubblico rientra anche la diffusione di

standard di qualità, commisurati a quelli internazionali più consolidati, che costituiscano uno stimolo e, a un tempo, un punto di riferimento per l'adeguamento dell'offerta in ambito regionale o interregionale. Più recentemente, a fronte del processo di globalizzazione anche del mercato turistico, le analisi dell'Osservatorio si sono orientate a indagare con sempre maggiore attenzione lo sviluppo del movimento turistico internazionale e della domanda estera. Sulla base della constatazione che anche il sistema turistico regionale deve fare i conti con la proposta sul mercato di destinazioni nuove, che hanno colmato il divario competitivo nei confronti dell'Italia. La chiave di lettura che prevale nella nuova edizione del Rapporto è proprio la valutazione del grado di adeguatezza del sistema turistico regionale rispetto a una velocità di crescita della domanda globale di turismo che ha superato le aspettative ■

**Aumenta
la concorrenza
La risposta
sta nell'elevare
gli standard**

Pubb



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

Anno XIV - n. 4
Aprile 2008
Fuori commercio

Direttore responsabile
Andrea Zanlari

Coordinamento editoriale
Roberto Franchini (vicedirettore)
Ugo Girardi
Morena Diazi

Coordinamento redazionale
Contesto srl
Barbara Galzigna
Giuseppe Sangiorgi

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

Foto Meridiana Immagini
Paolo Righi, Andrea Samaritani
e Elisa Pozzo

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

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

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

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

In copertina
foto di Meridiana Immagini

SOMMARIO

1 **EDITORIALI**

Aumentare la cultura
dell'accoglienza

DI ANDREA ZANLARI

4 **IN BREVE**

6 **VANNO E VENGONO**

8 **PRIMO PIANO**

Filiere ai raggi x
Le sorprese del 2007

DI NATASCIA RONCHETTI

12 **FOCUS**

Research to business
scalda i motori

DI SILVIA SARACINO

14 **EXPORT**

La nuova frontiera
si chiama Nord Africa

DI SILVIA SARACINO

18 Forlì-Cesena, rotta
verso i mercati esteri

DI GIUSEPPE SANGIORGI

19 **CINQUE DOMANDE**

A Sergio Mazzi

DI GIUSEPPE SANGIORGI

20 **FINANZA**

Con First un modo
a portata di click

DI THOMAS FOSCHINI

22 Per non perdere
i Ritmi del credito

DI NICOLETTA CANAZZA

25 La Regione investe
nel "seed capital"

DI THOMAS FOSCHINI

26 **INFRASTRUTTURE**

Il distretto ceramico
avrà la sua autostrada

DI SILVIA SARACINO

28 Emilia-Romagna
il futuro su rotaia

DI THOMAS FOSCHINI

QUADERNI&DOCUMENTI

Le sfide del mercato
turistico globale

29 **INNOVAZIONE**

Imprese artigiane
Un bando per la crescita

DI THOMAS FOSCHINI

32 Reggio, apre i battenti
l'officina delle idee

DI ANTONELLA CARDONE

34 **SCENARI**

Il "Bologna System"
gioca le sue carte

DI THOMAS FOSCHINI

38 **SETTORI**

Emilia prêt-à-porter
Al via la fiera Link.it

DI ROSSELLA PRESSI

40 **FORMAZIONE**

Arte della gastronomia
L'Accademia insegna

DI ROSSELLA PRESSI

42 **AZIENDE**

Il cuore "elettrico"
della motor valley

DI ALBERTO NICO

44 Renzo Landi, pioniere
del risparmio energetico

DI MICHELA SUGLIA

47 **SPECIALE FORMAZIONE**

INSERTO PUBBLIREDAZIONALE

55 **FLASH EUROPA**

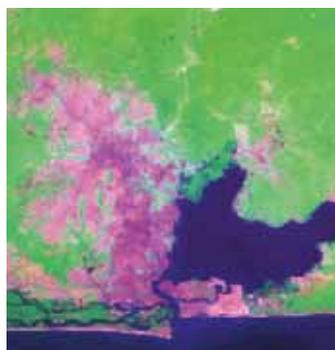
A CURA DI LAURA BERTELLA
STEFANO LENZI E PAOLO MONTESI

■ **Agroindustria**
TechFood
passa
da Parma

Anche la Regione Emilia-Romagna ha partecipato all'evento di partenariato internazionale "Techfood Eu-Asia" che si è svolto a Parma tra imprese italiane e aziende provenienti da Cina, Vietnam, Mongolia, Ungheria, Slovenia nei settori delle tecnologie alimentari e packaging. La manifestazione, promossa da Informest, era inserita nel programma Asia Invest della Commissione Europea che promuove la cooperazione economica tra Europa e Asia.

Sempre dalla città emiliana, capitale della food valley, è partita un'altra missione del Consorzio Parma Alimentare, che ha partecipato con cinque aziende del territorio (Abele Bertozzi, Bm Gastrologia, Delicium Rizzoli, Furlotti & C e Tanara Giancarlo) alla fiera "Alimentaria" di Barcellona. In programma da parte del Consorzio, nei prossimi mesi, trasferte al Summer Fancy Food Show di New York e al Sial di Parigi.

Stoccaggio materie prime: importanti commesse per Lb e Technnipes
Il porto di Lagos investe sul futuro



Lagos, Nigeria vista dal satellite

Le aziende regionali puntano sul continente nero. Forti sono ormai i segnali che confermano un'accelerazione economica e industriale di diverse aree dell'Africa. Affacciata sul porto di Lagos, sta nascendo un'area industriale con una superficie di 120mila mq con un nuovo terminal portuale, dove verranno gestite e stoccate oltre 400mila tonnellate di materiali sfusi per l'edilizia. Partner tecnologici di riferi-

mento per questo progetto sono due aziende emiliane e una svedese.

La prima, capocommessa della fornitura, è la Technnipes di Santarcangelo di Romagna, costruttore di macchine per il confezionamento. Quindi la Lb di Fiorano, azienda leader nella tecnologia per la gestione e il trattamento delle materie prime per l'industria ceramica e l'edilizia. Infine la svedese Mac Gregor, specializzata nei sistemi di carico e scarico da nave.

Le tre aziende hanno ruoli precisi: la Mac Gregor si occuperà di tutta la fase di scarico delle polveri cementizie dalle navi, e del loro trasferimento all'impianto di ricevimento materie prime, realizzato da Lb (che garantirà anche l'assistenza tecnica e il trasferimento delle competenze ai tecnici locali). Le polveri vengono quindi convogliate alle linee di confezionamento automatico Technnipes, dimensionate per sviluppare una produttività pari a 7.200 sacchi/ora.

La risposta agli "scontenti" di Unindustria
In pista Apmi Bologna

È operativa Apmi Bologna, l'associazione delle piccole e medie imprese nata, per iniziativa del presidente Adriano Mazzocco, in risposta alla decisione di Api Bologna di confluire in Unindustria. Con l'ingresso di Giancarlo Inglese, che ha appena assunto la direzione generale, la nuova associazione – costituita a gennaio – ha dato avvio alla fase operativa e di erogazione dei servizi, potendo contare su un primo nucleo di imprese associate, che rivendicano la necessità di difendere in modo specifico e autonomo gli interessi delle piccole e medie imprese. Inglese – laurea in Giurisprudenza, una trentennale esperienza in Api Bologna e soli 12 mesi in Unindustria – ha accettato la sfida della ricostituzione, a Bologna, della "casa delle Pmi".

■ **REGGIO EMILIA**
GRANITI FIANDRE,
FORNITURE
DI ALTA GAMMA

Un impegno di fornitura di materiale a marchio alto di gamma Granitifiandre per complessivi 7 milioni di euro e a marchio Porcelaingres per ulteriori 2 milioni di euro nei prossimi cinque anni. È quanto prevede l'accordo commerciale siglato dal gruppo Granitifiandre – leader mondiale nella produzione e commercializzazione di lastre in grès porcellanato alternative ai marmi e gra-

niti di cava – con la Giulio Tanini, storica azienda fiorentina attiva da oltre 60 anni nella commercializzazione di materiali per l'architettura e per l'arredo bagno di lusso. In base all'accordo è stata acquisita, per 1.275 migliaia di euro, un'ulteriore quota di partecipazione del 7,5% nella Giulio Tanini spa, per un totale del 15%.



■ **RAVENNA**
A CERVIA
LE ECCELLENZE
DEL TERRITORIO

Una cena a Cervia a base di prodotti tipici locali, condotta dall'esperto di enogastronomia Giorgio Amadei, sommelier Ais per promuovere e divulgare quanto in termini di eccellenza, nel campo del-

l'enogastronomia, offre il territorio. È l'iniziativa che le Camere di Forlì-Cesena e Ravenna, in collaborazione con Sportur e dello Ial, hanno realizzato coinvolgendo una serie di imprese del territorio a proporre alcuni dei loro "gioielli" gastronomici che sono stati promossi in questa occasione e, qualche giorno dopo, venduti in occasione della manifestazione "Sportur Bicycle Show-Enogastronomia e Turismo", che ha coinvolto gli appassionati della bicicletta e un numerosissimo pubblico.

■ **MODENA**
PORTE APERTE
ALLA CAMERA
DI COMMERCIO

La Camera di commercio di Modena, con una serie di eventi, ha aperto alla cittadinanza gli spazi di Palazzo Molza in occasione dell'inaugurazione della rinnovata ala convegni, capace di ospitare 600 persone in sale moderne e attrezzate. Le manifestazioni hanno preso il via con l'intitolazione della "Sala dei 150" al commendatore Giuseppe Panini, già presidente dell'ente dal 1985 al 1992. Nell'occasione è stata inaugurata la mostra "Il

■ **Meccanica****Il distretto hi-mech chiama a raccolta i tecnici brasiliani**

Arrivano dal Brasile: destinazione, distretto hi-mech di Reggio Emilia. Sono figure professionali specializzate nella motoristica, nell'oleodinamica e nella meccanica avanzata, che lasciano il distretto industriale di Caxias do Sul grazie all'accordo siglato dalle rispettive associazioni di imprenditori.

Si chiama Abramo – acronimo di Attrazione talenti dal Brasile nella mecatronica e nell'oleodinamica – l'intesa internazionale in materia di lavoro definita tra i due distretti industriali. A Caxias do Sul ha sede il secondo polo meccanico del Sud del Brasile, con molti esempi di eccellenze nella mecatronica.

Non da meno il comparto meccanico reggiano, che fattura più di 3 miliardi di euro e conta circa 220 imprese hi-mech con i più alti tassi di sviluppo e di export: rappresentano il 5,4% delle aziende del settore ma danno lavoro a oltre il 30% degli occupati. Ai primi 15 giovani brasiliani – tutti diplomati tecnici del Centro tecnologico Senai – viene offerta ora l'opportunità di integrare gli studi già compiuti con alcuni mesi di alta formazione al Cis, la Scuola degli industriali reggiani, con docenti universitari ed esperti aziendali, oltre a stage nelle imprese del distretto della meccanica avanzata e un'eventuale assunzione dal prossimo autunno.

■ **Ferrara****Turismo, firmata l'intesa tra Camera e Provincia per il futuro del settore**

Il turismo rappresenta un settore primario per l'intero territorio ferrarese e il suo sviluppo. Da questa base – ma anche dalla considerazione che, in piena globalizzazione, i patrimoni storici, artistici, naturali ed enogastronomici non sono più elementi sufficienti ad assicurare competitività al territorio – Camera di commercio e Provincia di Ferrara hanno sottoscritto un protocollo d'intesa che si propone di sviluppare strumenti di coordinamento utili alla programmazione di interventi di promozione e sostegno più efficaci, organici e incisivi, attraverso una collaborazione piena tra i due enti. A sottoscrivere il documento, i presidenti della Camera di commercio Carlo Alberto Roncarati e della Provincia Pier Giorgio Dall'Acqua, alla presenza dei componenti della Consulta provinciale sul turismo.

■ **Territori****Reggio Emilia a confronto con l'Enzkreis**

Una delegazione economico-istituzionale proveniente dalla provincia tedesca dell'Enzkreis, guidata dal presidente Karl Röckinger e dall'assessore alle Finanze Frank Stephahn, è stata ricevuta alla Camera di commercio di Reggio Emilia dal presidente Aldo Ferrari. Una nuova occasione di conoscenza reciproca, per due province – gemellate da qualche tempo – che hanno molti punti in comune, tra cui l'ampia diffusione di Pmi dei settori metalmeccanico, alimentare e del sistema moda, nonché una spiccata vocazione alla ricerca universitaria applicata.

Un territorio, quello reggiano, che da pochi giorni può contare anche su un'importante infrastruttura, il nuovo casello sull'autostrada A1 "Terre di Canossa-Campegine", tra Parma e Reggio Emilia. L'opera andrà a beneficio dell'intera economia locale, con particolare riferimento all'area della Val d'Enza.

Patrimonio artistico – Pittori del '900", composta da 80 opere di artisti modenesi del secolo scorso. Nella rinnovata Sala Leonelli si sono svolti poi i convegni "Comunicazione unica: un'opportunità per le imprese" e "Internazionalizzazione e strategia di rete". Da segnalare anche la presentazione del libro di Nunzia Manicardi sulla Carrozzeria Campana, storica eccellenza della Motor Valley e la sottoscrizione, da parte delle associazioni di autoriparatori e consumatori, del protocollo di intesa "Vai sul sicuro".

■ **RISTORAZIONE**
ANGELO PO
APRE
A SHANGAI

Prosegue il piano di espansione in Cina del gruppo Angelo Po (fatturato 2007, 105 milioni, più 14%; ebitda stimato, circa 11 milioni), leader nelle attrezzature per la ristorazione professionale, che ha aperto una filiale da 1.100 mq nel quartiere più prestigioso di Shanghai: un investimento da 1 milione di euro per cogliere l'obiettivo dei 5 milioni

di fatturato nel primo triennio. Un primo successo è l'appalto per la fornitura delle cucine per il catering dell'aeroporto internazionale di Canton, il terzo del Paese con i suoi 31 milioni di passeggeri all'anno e un costo di 19,8 bilioni di yuan. Grazie all'ingresso nel mercato cinese e al rafforzamento dei propri marchi in tutta Europa la società si aspetta di chiudere il 2008 a quota 116.600 milioni, con un ulteriore aumento dell'11%, a fronte di 10 milioni e mezzo di investimenti.

■ **CERAMICA**
DEL CONCA
CONQUISTA
L'HILTON

Il Gruppo Del Conca, impresa ai vertici nel settore piastrelle (fatturato 2007, 155 milioni di euro per 550 addetti) si è aggiudicata l'appalto per la pavimentazione e il rivestimento dei bagni del nuovo Hilton Hotel di Columbus, Ohio (Stati Uniti). Con questa commessa per la fornitura di oltre 6.400 mq di piastrelle, Del Conca pone un'ipoteca sulle future realizzazioni del colosso alberghiero e si inserisce nel mercato degli hotel di lusso, che vale 10 milioni di dollari all'anno di prodotto ceramico. Sempre negli Usa, l'ad del gruppo Enzo Donald Mularoni ha ritirato il premio "Fornitore dell'anno" conferito da Lowe's, la grande catena specializzata in forniture per la casa e il bricolage.





CONFINDUSTRIA

Federica Guidi al timone del gruppo giovani

Dopo la nomina della mantovana Emma Marcegaglia, a succedere a Luca Cordero di Montezemolo, Confindustria affida al cesenate Cesare Trevisani (a.d. del gruppo Trevi) la delega a infrastrutture, logistica e mobilità ed elegge una donna, **Federica Guidi**, al vertice nazionale del gruppo giovani di Confindustria. Modenese, laureata in giurisprudenza e figlia d'arte - suo padre Guidalberto per dieci anni è stato vice in Confindustria - la Guidi è amministratore delegato di Ducati Energia, e prende il posto di Matteo Colaninno. Restando a Modena, la locale giunta di Confindustria ha individuato **Pietro Ferrari** per la successione al presidente uscente, Vittorio Fini, scegliendo tra i due candidati segnalati dai tre "saggi" Roberto Iseppi, Fabrizio Forghieri e Giuseppe Molinari. La nomination sarà sottoposta al voto degli imprenditori nell'assemblea di fine giugno. Ferrari sarà presidente fino al 2012. A Ravenna **Marco Chimenti** nuovo direttore



INTERPORTI

La Uir si affida ad Alessandro Ricci

Alessandro Ricci, presidente dell'Interporto di Bologna, è stato chiamato a succedere a Rodolfo De Dominicis alla guida di Uir - Unione Interporti Riuniti, associazione che raggruppa gran parte degli interporti italiani - per consolidare l'intermodalità nel trasporto e nella logistica attraverso un rapporto stabile tra interporti, porti, società ed enti.

Tre i vicepresidenti: il vicario Salvatore Antonio De Biasio (Interporto Sud Europa), Roberto Pesaresi (Interporto Marche spa) e Marco Susini (Interporto Toscano Vespucci spa). Completano l'esecutivo: Diego Sozzani (Centro Interportuale Merci di Novara-Cim spa), Johan Sebastiano Marzani (Interporto Cepim di Parma) e Pier Renato Maschio (Interporto servizi doganali e intermodali del Brennero spa).

CREDITO

Banca di Romagna, ritorno per Pietro Baccharini

Cambio al vertice di Banca di Romagna, alla cui presidenza è stato chiamato l'avvocato **Pietro Baccharini**. La nomina di Baccharini e del nuovo cda di Banca di Romagna (che resterà in carica per tre anni) è stata decisa dall'assemblea ordinaria che ha approvato un bilancio record, con utili superiori ai 7 milioni di euro. L'avvocato lughese Angelo Bartolotti è stato nominato vicepresidente.

Per Baccharini è un ritorno, visto che nel 2002 fu designato per la prima volta come presidente dell'istituto di credito. A lungo al vertice della Camera di commercio di Ravenna e di Unioncamere Emilia-Romagna, Pietro Baccharini, guida attualmente le Camere di commercio miste italo-estere, sezione di Unioncamere italiana. Nuova direzione generale invece alla Banca CRV, Cassa di Risparmio di Vignola Spa: dopo trenta anni di impegno professionale - di cui quattordici come direttore - Franco Crotali ha lasciato l'incarico per raggiunti limiti di età. A sostituirlo, il castellaranese **Fabrizio Togni** che arriva dalla direzione generale della Banca di Sassari Spa (anch'essa appartenente al Gruppo BPER).



COSTRUZIONI

Ance Modena punta su Betti

Stefano Betti, imprenditore di seconda generazione, amministratore delegato della Costruzioni Generali Due di Modena, è il nuovo presidente dell'Ance (Associazione dei costruttori) di Confindustria Modena. Lo affiancano nel mandato triennale i vicepresidenti Roberto Reggiani (Reggiani Costruzioni di San Possidonio) e Franco Agnini (Icaf di Modena). Il consiglio direttivo è composto inoltre da Stefano Lucchi, Fabrizio Stefani, Giovanni Neri, Paolo Iacoangeli, Claudio Baraldi, Giuliana Righi, Valerio Scianti, Benedetto Grossi e Mauro Barbieri.



COMMERCIO

Postacchini all'Ascom, Urban a Confcommercio

L'Ascom di Bologna ha designato **Enrico Postacchini** come successore di Bruno Filetti, chiamato alla presidenza della Camera di commercio. Postacchini, leader dei tessili aderenti all'associazione, sarà affiancato dai vicepresidenti Valentino Di Pisa, Celso De Scrilli, Marco Piana e Gilberto Lambertini.

Confcommercio regionale si affida invece a **Davide Urban**. Laureato in Giurisprudenza, riceve il testimone - alla guida della più grande associazione di rappresentanza delle imprese del commercio e turismo regionale - da Andrea Babbi, che ha rivestito per 15 anni l'incarico ed è attualmente amministratore delegato di Apt Servizi



INFRASTRUTTURE

Aeroporto di Forlì Rusticali in pista

A guidare la Seaf, società di gestione dell'aeroporto "Ridolfi" di Forlì, l'assemblea dei soci ha chiamato l'ex sindaco della città, **Franco Rusticali**. In carica fino al 2011, Rusticali raccoglie il testimone da Massimo Bucci, in un consiglio rinnovato con cinque membri: Giorgio Rubini, Franco Persiani, Ettore Sansavini e Paolo Ferrecchi.



AGRICOLTURA

Cia e Confagricoltura Cambi al vertice

Veterinario ed allevatore, titolare di aziende in provincia di Modena, Reggio e Forlì, già sindacalista attivo nel settore agricolo: è **Alberto Dallari Bondanini**, neopresidente di Confagricoltori Modena, eletto dall'assemblea generale dei soci al posto di Claudio Rangoni Machiavelli, che resta nella giunta esecutiva nazionale. A Reggio Emilia, sarà invece **Lorenzo Catellani** il nuovo braccio destro di Ivan Bertolini, presidente del consiglio provinciale della Cia (Confederazione italiana agricoltori). Catellani agirà in tandem con lo storico vice Guerrino Bertolini.

COOPERATIVE

Nuovo mandato per Maurizio Gardini

Maurizio Gardini, forlivese, è stato confermato alla presidenza di Concooperative Emilia-Romagna per il prossimo quadriennio. Per Gardini - presidente del Gruppo Conserve Italia - è il quarto mandato consecutivo alla guida di un'organizzazione che raggruppa 1.877 imprese con oltre 329mila soci, quasi 59mila addetti e poco meno di 23 miliardi di fatturato. La nomina di Gardini è arrivata dopo una serie di assemblee provinciali dove i presidenti uscenti sono stati tutti confermati: Paolo Bruni (numero uno della Federazione nazionale delle cooperative agricole e agroalimentari) a Ferrara, Giuseppe Alai (che guida il Consorzio del Parmigiano-Reggiano) a Reggio Emilia, Francesco Milza a Piacenza, Paolo Bandini a Parma, Gaetano De Vinco a Modena, Raffaele Gordini a Ravenna, Amedeo Scozzoli a Forlì-Cesena e Massimo Coccia a Rimini. Luigi Marino, dopo la conferma a Bologna, si vede rinnovare la fiducia anche come presidente del nuovo consiglio nazionale di Concooperative (20mila cooperative aderenti e 107 unioni territoriali), dove sono entrati i modenesi Gaetano De Vinco e Giuseppe Venturelli. Cambi al vertice anche per Legacoop: **Alberto Alberani**, referente dell'area welfare per Legacoop Bologna, è stato scelto come responsabile regionale Legacoopsociali Emilia-Romagna, in sostituzione di Paola Menetti nominata alla presidenza nazionale della stessa associazione. Alberani è membro del consiglio direttivo del forum del terzo settore di Bologna. L'Associazione Generale delle Cooperative italiane (Agci) di Bologna conferma invece **Massimo Mota** alla presidenza.



FONDAZIONI

Carim sceglie Aureli

Dopo tre votazioni in parità, è stato un accordo tra le due cordate in campo a definire la nuova presidenza della Fondazione Carim, l'ente che controlla la Cassa di Risparmio di Rimini. A succedere nel ruolo di presidente a Luciano Chicchi, è stato designato il vicepresidente della stessa Carim, **Alfredo Aureli**, amministratore delegato della riminese Scm. Aureli guiderà la Fondazione Carim fino al 2011, mentre l'avvocato Massimo Pasquinelli, già nel consiglio di amministrazione della Fondazione, sarà vicepresidente con deleghe operative fino al 2011, quando subentrerà come presidente. Nomina di rilievo per il presidente della Fondazione Cariparma, **Carlo Gabbi**, chiamato in qualità di unico membro italiano nel consiglio di amministrazione della Fondazione del Crédit Agricole "Pays de France", ente di interesse pubblico costituito per valorizzare e conservare il patrimonio artistico, culturale e naturale delle regioni francesi.



ARTIGIANATO

Cna Industria, nomine a Bologna e Reggio

Nata ormai da più di un anno, Cna Industria Bologna, il nuovo raggruppamento d'interesse dedicato interamente dall'associazione alle imprese industriali sotto la spinta di un comitato promotore di 20 imprenditori, oggi può contare su 1.900 Pmi bolognesi e un primo presidente. Si tratta di **Giorgio Tabellini**, presidente di Cna Bologna dal 1997 al 2005, e attualmente vicepresidente nazionale della Cna, con delega alla piccola e media industria e membro del Consiglio della Camera di Commercio. Anche il comitato promotore di Cna Industria Reggio Emilia (circa 700 le imprese industriali oggi socie) si è dato un presidente: **Fausto Landini**, titolare della Oml di Gualtieri, azienda leader nella produzione di accessori per bagni. Coordinatore dei lavori della nuova rappresentanza è invece Massimo Gandolfi.

ACIMAC

Cassani designato alla presidenza

Su proposta della commissione composta da Fausto Tarozzi, Ivano Ligabue e Franco Stefani, il consiglio direttivo di Acimac - Associazione costruttori italiani macchine e attrezzature per la ceramica - ha designato l'ingegner **Pietro Cassani** quale nuovo residente dell'associazione per il quadriennio 2008-2012. Rientrato dopo esperienze in System e Ceramiche Atlas Concorde, Pietro Cassani è da quest'anno direttore generale di Sacmi Imola, dove iniziò la carriera. Passaggio di testimone il prossimo 13 giugno, in occasione dell'assemblea generale di Acimac.





A trainare la crescita, calzaturiero e food machinery. In ripresa il tessile

Filiere ai raggi x Le sorprese del 2007

In crescita, dinamici, capaci di consolidarsi in Europa e di espandersi a ritmi vertiginosi in Paesi dell'Est come la Russia, l'Ucraina e la Bulgaria, di penetrare con decisione in Oriente, di acquisire nuove quote di mercato in Cina, negli Emirati Arabi, in Messico, in Sudafrica. I distretti industriali emiliano-romagnoli escono dal 2007 incassando nell'ultimo trimestre un incremento del 3,2% del volume delle esportazioni, in controtendenza con il resto del Paese, che ha chiuso l'anno con una contrazione media, rispetto allo stesso periodo del 2006, del 2,1%. È una delle migliori performance registrate in Italia. Più brillante complessivamente dei distretti industriali del Sud, che pure hanno chiuso l'anno, grazie agli ottimi risultati ottenuti dall'Abruzzo e della Campania, con una crescita delle esportazioni del 2,9%. Decisamente in antitesi con il bilancio dei distret-

ti industriali della Lombardia, che hanno visto una flessione dell'export pari all'1,3%, e del Veneto, che nell'ultimo trimestre ha registrato una diminuzione del 2,3%, a conferma di una tendenza alla contrazione che ha interessato anche la Toscana (meno 6,7%) e le Marche (meno 11,1%). E la crescita, trascinata in particolare dal distretto calzaturiero di San Mauro Pascoli e da quello della food machinery di Parma, ha in parte neutralizzato le sofferenze del settore delle macchine utensili di Piacenza, del distretto delle piastrelle di Sassuolo, nel Modenese, e delle imprese calzaturiere dell'area di Fusignano-Bagnacavallo, nel Ravennate.

È il centro studi del gruppo Bancario Intesa San Paolo a tracciare per conto di Carisbo il quadro dello stato di salute delle industrie della regione. La crescita delle esportazioni nell'ultimo trimestre del 2007 ha portato i distretti dell'Emilia-Romagna ad attestarsi su un aumento nel corso dell'anno del 6,5%, pari a 8,66 miliardi di euro: una quota del 13,1% delle

esportazioni a livello nazionale, che hanno superato i 66 miliardi. Meglio, nel corso dell'anno, hanno fatto solo l'Abruzzo (con il 9,7%), la Campania (con l'8,4%) e, nonostante il netto rallentamento subito nell'ultima parte del 2007, la Lombardia (con il 7,9). La conferma, secondo il direttore regionale di Confindustria Mario Agnoli, del forte impegno delle imprese della regione, nonostante una fase congiunturale debole. "Gli imprenditori hanno saputo investire in ricerca, sviluppo, miglioramento dei prodotti, nuove strategie di vendita e di marketing sui mercati internazionali - dice Agnoli - non a caso l'export regionale cresce non solo in termine quantitativi, ma anche in mercati selettivi e avanzati come Germania, Spagna e Francia". Per Agnoli le ragioni del successo sui mercati esteri sono molteplici. "Certamente - spiega - ha contribuito il forte impegno del sistema Confindustria che, attraverso aggregazioni, progetti e iniziative all'estero nell'ambito di interventi promossi e sostenuti dalla Regione,

Buono comunque il dato complessivo: più 3,2% l'export, in controtendenza con il resto del Paese

Buono comunque il dato complessivo: più 3,2% l'export, in controtendenza con il resto del Paese



ha accompagnato centinaia di piccole e medie imprese sui mercati esteri. La nostra è poi una realtà settoriale e territoriale variegata e intrecciata, con ottime performance di alcuni comparti, come la food machinery di Parma, e difficoltà di altri in cui pesano di più gli effetti della congiuntura internazionale, come il settore ceramico di

Sassuolo. Alcune aree di specializzazione, specie quelle della produzione di macchinari, hanno risposto in modo competitivo, con massicci investimenti in ricerca e sviluppo, alla domanda internazionale di prodotti hi tech e hanno posizionato al meglio i propri prodotti sui mercati esteri. Lo dimostra anche la crescita delle esportazioni dei prodotti a contenuto tecnologico alto e medio-alto, la cui quota sul totale dell'export regionale in dieci anni è passata da un terzo a oltre il 50%. Ma ora, con una struttura industriale regionale diventata sempre più competitiva ed evoluta in un'organizzazione per filiere e reti, per Confindustria "le imprese, indipendentemente da settori e dimensioni, devono essere messe nelle condizioni di competere alla pari dei loro competitors: i governi devono intervenire con decisione sui nodi strutturali che rallentano lo sviluppo, come il deficit infrastrutturale e logistico, la burocrazia, l'energia, e con politiche di sistema in grado di rafforzare la crescita e la competitività delle aziende e dei territori".

A fare la parte del leone nella crescita delle esportazioni nell'ultimo trimestre dell'anno scorso è stato il distretto calzaturiero di San Mauro Pascoli, nel Forlivese, con un incremento del 41% che su base annuale si è attestato su un aumento, rispetto al 2006, del 23,9%. È lo stesso centro studi di Intesa-San Paolo a rilevare come questo risultato, in controtendenza con il resto del comparto, sia stato conseguito grazie all'affermazione sul mercato russo, che ormai rappresenta il principale sbocco commerciale del distretto, e all'espansione in Svizzera, in Gran Bretagna, a Hong Kong e negli Emirati Arabi. Per le impre-



FOCUS

La crisi dei mutui Usa e la stagnazione dell'economia tedesca pesano sul distretto di Sassuolo

La ceramica resiste grazie a Spagna ed Est Europa

L'affermazione nell'Est Europa – in particolare in Russia e in Polonia – e in Spagna ha consentito alle aziende del distretto delle ceramiche di Sassuolo, nel Modenese, di contenere la flessione del valore delle esportazioni, che nell'ultimo trimestre del 2007 ha toccato il 7,4%. Una contrazione che non ha tuttavia impedito al distretto di chiudere l'anno con un export sui dodici mesi comunque in leggera crescita, pari allo 0,3%. Il mercato statunitense resta per le imprese della ceramica il principale mercato dopo quello francese. Ma è proprio qui che si è registrata la sofferenza maggiore, con una flessione del 16,6% su base annua, del 19,1% negli ultimi tre mesi. "Abbiamo risentito del calo del mercato americano causato soprattutto dalla bolla immobiliare e dalla crisi del mercato dei subprime – spiega il presidente di Confindustria Ceramica Alfonso Panzani

– è una situazione mondiale che si sta ripercuotendo sui mercati internazionali. Stiamo cercando di riposizionarci in Russia e in Medio Oriente e segnali positivi ci arrivano dal Nord Europa ma anche dalla Cina e dall'India, Paesi in rapida espansione economica. In Europa dobbiamo comunque fare i conti con il grande malato: la Germania. Speravamo che potesse avere un ruolo di traino per l'economia europea ma ancora non ci sono segnali che vanno in questa direzione". Nel 2007 il volume dell'export del distretto ha superato i 2,8 miliardi. In Francia, che assorbe il 18% della quota delle esportazioni, la flessione registrata nell'ultimo trimestre (meno 3,6%) non ha tuttavia compromesso una crescita che in tutto il 2007 è arrivata al 4,6%. Alle difficoltà che si sono invece riscontrate sul mercato tedesco, dove le

esportazioni sono diminuite complessivamente nel corso dell'anno dell'11,8%, ha fatto da contrappeso l'acquisizione di nuove quote di mercato in Russia (le esportazioni sono cresciute del 9,3% negli ultimi tre mesi) e soprattutto in Polonia, dove l'incremento dell'export ha raggiunto nel corso dell'anno il 23,8%. Netti segnali di crescita sono arrivati anche dalla Spagna e dalla Svizzera, nel primo caso con un incremento del 12,3% su base annuale e del 19,1% nell'ultimo trimestre, mentre sul mercato svizzero l'export è aumentato, solo negli ultimi tre mesi del 2007, del 10%. In frenata nell'ultimo trimestre mercati tradizionali come quelli della Grecia (meno 3,4%), del Belgio e del Lussemburgo (meno 7,4%), del Regno Unito (meno 4,7). In crescita, infine, l'Ungheria (più 6,2% nell'ultimo trimestre) ■

se di quest'area l'export ha raggiunto nel 2007 quasi 235 milioni di euro, con una forte crescita nell'ultimo trimestre dell'anno in Russia (più 54,2%), in Gran Bretagna (più 175,6), a Hong Kong (188,8%) e negli Emirati (84,7%). In forte ascesa anche il distretto della food machinery di Parma. In questo caso le imprese sono riuscite a spuntare un significativo incremento dell'export, nonostante il deprezzamento del dollaro, anche negli Stati Uniti (più 58,7% nel complesso del 2007, più 24,5% nell'ultimo trimestre), raggiungendo complessivamente un volume di esportazioni superiore ai 371 milioni di euro. Ma il mercato dal quale hanno ricevuto i segnali

di più alta potenzialità di crescita è quello cinese (diventato per il distretto il secondo mercato per l'export dopo quello statunitense) con un incremento delle esportazioni che negli ultimi tre mesi dell'anno ha raggiunto il 527,9%.

Rilevante anche il consolidamento in Messico, Germania e Tunisia, così come la crescita in Russia e in Ucraina.

Nuove fette di mercato nell'Est Europa anche per le imprese del settore abbigliamento e maglieria di Carpi, nel Modenese, che hanno raggiunto un volume delle esportazioni superiore ai 770 milioni di euro, affermandosi in Russia (più 76,3% su base annuale, più 51,8 negli ultimi tre mesi dell'anno) e in Ucraina (più 72,3% nel corso dell'anno, più 70,3 negli ultimi tre mesi). Un andamento positivo sostenuto anche dalla Svizzera – che in costante crescita si riconferma per le aziende del settore il principale mercato per le esportazioni – e da un buon recupero negli Stati Uniti. In fase di rallentamento invece il settore delle macchine per l'imballaggio di Bologna, che nonostante nel corso dell'anno abbia registrato un incremento del 4,4% delle esportazioni, nell'ultimo trimestre del 2007 ha subito una flessione dello 0,4%. “I distretti della moda – dice Gabriele Morelli,

I distretti della moda dopo anni di sofferenza raccolgono i frutti delle ristrutturazioni



Gabriele Morelli, segretario regionale della Cna



segretario regionale della Cna – dopo anni di sofferenze raccolgono il frutto di una ristrutturazione che è anche la conseguenza di una selezione operata dal mercato. La meccanica sta andando benissimo, ma laddove ci sono concentrazioni massime di imprese ci possono essere segnali di adeguamento strutturale che comportano anche lievi flessioni nell'export: è un processo di ristrutturazione che comincia a farsi sentire in alcuni punti del settore della meccanica caratterizzati appunto da un livello quantitativo delle imprese molto alto. Ma questo potrebbe essere anche positivo, perché vorrebbe dire che c'è un aumento del terziario, che adesso ha ancora un ruolo marginale”. Anche la Cna rileva un andamento positivo dell'economia regionale, “con le aziende che operano nella subfornitura che stanno registrando una grossa crescita del fatturato, in particolare nella filiera delle esportazioni”. Ma ora, per Morelli, “quello che hanno di fronte i distretti regionali è ciò che ha di fronte l'economia nazionale: vale a dire una sfida fatta di fattori immateriali, come i saperi, le relazioni, i collegamenti con i mercati”.

Il rapporto del gruppo Intesa-San Paolo evidenzia anche una ripresa, dopo un biennio difficile, del distretto delle macchine agricole di Reggio Emilia e Modena, che ha chiuso gli ultimi tre mesi dell'anno

con una crescita delle esportazioni che ha raggiunto il 6,3% e che ha in parte compensato la flessione registrata nel corso dell'anno (meno 1,6%), a causa di un arretramento sul suo principale mercato per l'export, quello degli Stati Uniti. Le aziende emiliane e reggiane hanno saputo però recuperare terreno in alcuni mercati tradizionali come la Francia e aprirsi nuovi sbocchi in aree come quelle del Sudafrica (con una crescita dell'export del 29% su base annua e del 40,4% nell'ultimo trimestre), della Russia e della Polonia. Buona anche l'affermazione sul mercato spagnolo (più 9,5 % nel corso dell'anno). In sofferenza invece le imprese del settore delle macchine utensili di Piacenza, che hanno subito una flessione delle esportazioni che nell'ultimo trimestre del 2007 ha toccato il 27,4%. “L'arretramento delle macchine per l'imballaggio di Bologna e quello della meccanica di Piacenza non devono essere sottovalutati perché si inseriscono in quel settore della meccanica che da sempre è il fiore all'occhiello del comparto manifatturiero regionale – osserva Giampaolo Palazzi, Presidente regionale della Confartigianato – le rilevazioni della nostra associazione fotografano comunque una forte propensione all'investimento nel settore della meccanica: gli imprenditori cercano di reagire innovando” ■

Il nuovo hub è in grado di smistare fino a 51 milioni di colli l'anno Tnt Express Italy, le consegne passano da Piacenza

La capacità del territorio piacentino di fungere da collettore per le merci di ben 5 regioni italiane. È questo il punto di forza che ha convinto Tnt Express, leader mondiale nelle consegne espresse businnes-to-busines a investire negli ultimi anni 16 milioni di euro in Emilia-Romagna nella realizzazione del nuovo Hub Road di Piacenza, il più grande centro di smistamento colli d'Italia e uno dei primi a livello europeo.

Il nuovo hub di Piacenza, disposto su una superficie di 22mila mq, grazie a tecnologie all'avanguardia e al lavoro di 400 addetti, è in grado di smistare fino a 51 milioni di colli l'anno e di porsi quindi come soluzione in grado di gestire i volumi di traffico crescenti sviluppati negli ultimi anni da Tnt.

“Il territorio di Piacenza è stato individuato come luogo ideale per realizzare la struttura, in quanto zona ad alta concentrazione produttiva e crocevia natu-

rale per le comunicazioni ed il trasporto in Italia”, spiega Christian Drenthen, amministratore delegato di Tnt Express Italy. “Il trasporto espresso è un valore aggiunto del sistema Paese – continua Drenthen – e la competitività delle imprese oggi è data dalla qualità, intesa anche come capacità di raggiungere in anticipo sulla concorrenza i mercati globali. Impianti come questo, all'avanguardia per le tecnologie utilizzate e collocati in un nodo strategico nelle infrastrutture del Nord Italia, consentono di superare l'intasamento delle arterie intorno ai grandi centri produttivi come Milano”.

Fondata in Australia e acquistata nel 1996 da Kpn, società proprietaria delle Poste e Telecomunicazioni olandesi, Tnt ha 42mila dipendenti e consegna ogni settimana 3,5 milioni di pacchi, documenti e colli in oltre 200 Paesi nel mondo grazie ad una rete di quasi 900

tra filiali, hub e centri di smistamento. Arrivata in Italia nel 1985 grazie all'acquisizione di Traco – il primo storico corriere espresso italiano – e assunto successivamente il nome di Tnt Express Italy, l'azienda oggi nel nostro Paese impiega circa 8mila tra dipendenti diretti e indiretti, ed effettua una media di oltre 160mila spedizioni al giorno ■



www.investinemiliaromagna.it

di Marco Casamenti

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 Silvia Saracino

Tutto pronto per la quarta edizione del salone della ricerca industriale Research to business scalda i motori

Ultimi ritocchi alla Fiera di Bologna per la quarta edizione di Research to Business, il salone della ricerca industriale in programma il 5 e 6 giugno. Anche quest'anno si prospetta un'affluenza record per l'evento internazionale nato per favorire l'incontro tra i più qualificati centri di ricerca, spin off innovativi e mondo imprenditoriale: R2B è il luogo in cui i protagonisti della ricerca hanno l'opportunità di presentare nuove proposte di innovazione tecnologica, risultati di ricerca, prototipi e applicazioni da immettere sul mercato a imprenditori,



Ecco le novità dell'edizione 2008
Appuntamento il 5 e 6 giugno nel Fiera District

R&D manager e finanziatori interessati a supportare operazioni di technology transfer.

Le novità di questa edizione sono tante, a cominciare dal patrocinio, che per la prima volta vede coinvolti anche il ministero per le Politiche giovanili e attività sportive (Pogas), il ministero dello Sviluppo economico e la Commissione europea. A questi si

aggiungono le collaborazioni di Ice, ministero del Commercio internazionale e Aster, Pni Cube - l'Associazione degli incubatori universitari italiani e delle Business plan competition - e tutte le associazioni di categoria della regione: Confindustria, Legacoop, Confcooperative, Cna, Unionapi e Confartigianato.

Il 5 giugno si aprirà il sipario su una

manifestazione che offre non solo un'esposizione delle più importanti innovazioni per il mondo industriale, ma anche iniziative mirate per mettere in contatto ricercatori e imprenditori. Una di queste è Start2B, novità 2008, che comprende anche il Forum degli investimenti: organizzata da Regione, Pogas e con il contributo di Pni Cub e Aster, Start2B si propone di valorizzare le giovani imprese a base tecnologica o ad elevato contenuto di conoscenza offrendo loro la possibilità di partecipare all'area espositiva e a una serie di incontri con potenziali investitori, finanziatori e business angel. L'assegnazione degli stand avverrà dopo una selezione condotta da Aster su base nazionale alla quale possono partecipare le giovani imprese, persone o singoli gruppi con progetti di impresa innovativi e i potenziali investitori. Start2B favorisce in particolare le giovani imprese, costituite dal primo gennaio 2005, a cui verrà dato uno stand gratuito. Le imprese possono inoltre candidarsi per partecipare al Forum degli investimenti, iniziativa speciale che preve-

IL PROGETTO

Selezionate da Aster, incontreranno 60 ricercatori Imprese a caccia di idee

Con M-Aster, progetto realizzato da Aster e dalla Regione, i giovani ricercatori dell'Emilia-Romagna sono tornati sui banchi di scuola per capire come applicare la propria ricerca al mondo industriale. Con M-Aster Match, iniziativa di R2B, si fa un passaggio ulteriore: l'incontro con le imprese, che sono state selezionate da Aster; aziende concentrate soprattutto nel settore delle scienze della vita, ambiente e salute. A sessanta ricercatori, suddivisi in 15 gruppi di ricerca, verrà data la possibilità di confrontarsi con aziende poten-

zialmente interessate alla loro ricerca: un'occasione da non perdere a cui i partecipanti arriveranno preparati grazie a un corso formativo di tre giornate organizzato da Aster e finanziato dall'assessorato regionale alle Attività produttive.

Il corso sarà incentrato sui migliori metodi per comunicare efficacemente con le imprese sviluppando competenze relazionali appropriate: l'obiettivo è creare un contatto con un'impresa regionale interessata all'eventuale applicazione dei risultati della ricerca ■

de incontri con investitori, finanziatori e business angel, operatori pubblici e privati a supporto della creazione d'impresa. Le imprese verranno selezionate sempre da Aster che prima della manifestazione terrà con i ragazzi alcune giornate di formazione per prepararli a presentare la propria idea imprenditoriale ai potenziali partner finanziari. Gli incontri - a porte chiuse - si svolgeranno durante R2B e avranno la durata complessiva di quattro ore durante le quali ogni impresa avrà a disposizione dieci minuti per cercare di trovare il proprio investitore. Al termine del Forum gli investitori presenti esprimeranno, con una scheda anonima, la propria preferenza per la presentazione migliore che verrà premiata con il riconoscimento Premio Start2B 2008.

Sulla stessa linea, ma specifica per la nanotecnologie è l'iniziativa Nano2B, anche questa al suo esordio il 5 giugno: si tratta di un expò di progetti di ricerca applicata nel settore delle nanotecnologie per dare visibilità ai giovani ricercatori che esporranno i poster dei risultati della loro ricerca in un'area dedicata. Possono candidarsi i ricercatori under 40 appartenenti a università o centri di ricerca pubblici italiani: i poster presentati verranno esaminati da una commissione di valutazione composta da imprenditori ed esperti che nominerà il miglior progetto di ricerca.

Tra le novità 2008 anche M-Aster Match - che rientra nel progetto formativo M-Aster - mentre torna per il secondo anno consecutivo Innovat&match (www.im08.ircnet.lu) un'agenda di incontri one-to-one tra centri di ricerca e imprese per lo sviluppo di accordi di cooperazione tecnologica, a livello nazionale e internazionale. Un'iniziativa, organizzata quest'anno da Simpler, il consorzio interregionale da poco costituito composto da tre partner emiliano-romagnoli (Aster, Azienda speciale Sidi Eurosportello Ravenna e Unioncamere Emilia-Romagna) e quattro della Lombardia (Cestec, Fast, Alintec e Innov-hub Azienda speciale della Camera di commercio di Milano), che nel 2007 aveva registrato un notevole successo, con ben

170 gli incontri pianificati nelle due giornate di manifestazione attraverso un innovativo sistema on line fornito da R2B.

R2B sarà anche l'occasione per ampliare la platea delle iniziative che Aster organizza durante l'anno. Riprendendo i "Cocktail della ricerca", incontri informali tra ricercatori e imprese organizzati da Aster, si svolgerà l'iniziativa "International innovative cocktail", un momento di approfondimento sul rapporto tra ricerca e impresa - non solo in Italia ma anche all'estero - organizzato da Ice e dalle associazioni di categoria regionale. R2B 2008 sarà anche l'occasione per dare rilievo all'iniziativa Opta, Opportunity By Technology Adoption, un momento di confronto tra gli operatori dell'Ict e le aziende dell'agroindustria per trovare le soluzioni più efficienti nelle proprie attività produttive, gestionali e organizzative. Numerosi inoltre i convegni in programma, tra cui l'appuntamento "Ricerca e innovazione. Frontiere del settore della meccanica" e l'incontro sul futuro dei tecnopoli, che aprirà la manifestazione.

Gli eventi faranno da cornice all'esposizione, la vera protagonista di R2B, che anche quest'anno stupirà il pubblico con soluzioni tecnologiche altamente innovative: in uno spazio di 12mila metri quadrati le esposizioni saranno suddivise nelle aree tematiche Ama - Alta tecnologia meccanica, Bio - Biotecnologie (inclusa la ricerca bio tech applicata al campo medico, all'agroindustria e ai processi industriali), Ena - Energia e ambiente, NewMa - Nuovi Materiali e nanotecnologie, Ict - Information and communication technologies, Start2B e Finanza e Servizi, supporto allo sviluppo dei progetti di ricerca e di trasferimento tecnologico.

Insomma, un ricco programma che coinvolgerà ospiti di grande prestigio provenienti da tutto il mondo: attesi operatori da Australia, Belgio, Brasile, Canada, Cina, Corea, Emirati Arabi, Francia, Finlandia, Germania, Hong Kong, Islanda, India, Israele, Lettonia, Malta, Marocco, Norvegia, Olanda, Polonia, Romania, Russia, Singapore, Serbia, Spagna, Svezia, Turchia, Giappone, Uk e Usa.

"Crediamo che, con questa quarta

L'EVENTO

Al via la prima edizione di Mecforpack Fianco a fianco con i professionisti del packaging

In concomitanza con R2B si svolgerà nei padiglioni della Fiera di Bologna la prima edizione di Mecforpack, il salone del packaging dove sarà possibile trovare nuove tecnologie, approfondimenti e soluzioni d'avanguardia per tutto ciò che riguarda il confezionamento. E non potrà che nascere una sinergia positiva dalla vicinanza con Research to Business, favorendo l'incontro tra la ricerca e tutti gli operatori che si occupano di lavorazioni meccaniche di precisione, materiali innovativi, tecnologie e componentistica per la realizzazione di impianti, macchine automatiche e sistemi per il confezionamento.

La manifestazione è patrocinata da diverse associazioni di settore e fanno parte del comitato di indirizzo tecnici, progettisti e manager delle più importanti aziende della packaging valley bolognese, tra cui Ima Group e Marchesini Group ■



Duccio Campagnoli,
assessore regionale
Attività produttive

edizione, Research to business si confermi come luogo di eccellenza per l'incontro tra le imprese innovative e i migliori centri della ricerca nazionale e internazionale", spiega l'assessore regionale alle Attività produttive Duccio Campagnoli. "Quest'anno - rivela - apriremo con un importante convegno dedicato al progetto dei tecnopoli, cioè all'idea di far nascere in Emilia-Romagna aree dedicate alla ricerca industriale e al trasferimento tecnologico, in stretta relazione con le filiere regionali; un modello che si ispira alle più avanzate esperienze europee, come Adit e Fraunhofer" ■

di Silvia Saracino

Dall'Algeria al Sahara Occidentale, sono 57 le imprese emiliano-romagnole presenti

La nuova frontiera si chiama Nord Africa

Nord Africa. Un'area che, per le imprese emiliano-romagnole, è sinonimo di "mercato dalle enormi potenzialità". Nella striscia che va dall'Algeria al Sahara Occidentale, sono presenti 57 imprese nostrane - l'11,7% del totale delle imprese italiane - con un fatturato pari a 116 milioni di euro.

Se alle imprese produttive aggiungiamo gli uffici di rappresentanza e le aziende di servizi, si arriva a quasi un 12% di unità made in Emilia-Romagna su una presenza italiana pari a oltre 1200 imprese, con prevalenza in Tunisia e in Marocco.

Insomma, c'è una fetta consistente del nostro sistema produttivo in quest'area, una mole di investimenti che è la naturale conseguenza di un fitto interscambio commerciale che dal 2000 al 2007 è cresciuto di oltre il 65% (export più 62,4%, import quasi 70%). Ad oggi il valore dell'export regionale in Nord Africa è pari al 10,7% di quello nazionale e al 2,3% rispetto al valore totale export dell'Emilia-Romagna verso il resto del mondo.

Ecco alcuni casi di imprese emiliano-romagnole che stanno investendo con successo in Nord Africa.

Da Modena alla tangenziale di Sirte

Uno dei successi più recenti è il caso della Piacentini Costruzioni di Modena che ha appena vinto la gara per il progetto di costruzione di viadotti e svincoli nella viabilità della tangenziale di Sirte in Libia: una commessa da 65 milioni di dinari libici, pari a circa 36 milioni di euro,

che verrà gestita assieme a Cesare Turchi srl e Cls srl, che con Piacentini fanno parte del consorzio Co.Seam spa, istituito dal collegio imprenditori edili dell'Apmi di Modena.

Un successo sudato, arrivato dopo tre anni di tentativi: da quando nel 2004 la Piacentini ha deciso di approfittare della fine dell'embargo - tolto dalla Ue che l'aveva imposto nel 1986 - e investire nel Paese con la filiale Piacentini Costruzioni Lybian Branch. La fine dell'embargo ha rappresentato per il Paese anche l'inizio di un totale ammodernamento del sistema infrastrutturale: un'occasione da non perdere per Piacentini che ha messo al lavoro nella filiale libica quattro progettisti dedicati alla partecipazione di gare d'appalto pubbliche. Dopo alcuni tentativi andati a vuoto (alla gara per l'ampliamento della banchina del porto di Bengasi sono arrivati secondi) è arrivato il

primo posto nella gara per costruire quattro ponti e tre svincoli diversi, tra cui quello per l'aeroporto che dovrà essere pronto per il primo settembre 2009, data di inizio delle manifestazioni per il quarantesimo anniversario della Rivoluzione.

Visti i tempi stretti, la cordata modenese ha già cominciato a cantierare per finire l'opera nei 22 mesi previsti complessivamente: entro i prossimi sei mesi i quattro progettisti della Lybian Branch si trasformeranno in oltre 100 persone tra ingegneri, capo cantiere, specialisti in carpenteria e tutti gli operai necessari. "Per quanto riguarda la parte ingegneristica utilizzeremo personale libico - spiega il titolare Dino Piacentini - mentre per quanto riguarda le competenze tecniche e manageriali potremo contare su personale italiano, perché in Libia è difficile trovare buone competenze di management".

Tra il 2000 e il 2007 traffici con l'area in crescita continua e alcuni investimenti di grande successo

Interscambio commerciale Emilia-Romagna Africa settentrionale

Importazioni			Esportazioni		
2005	2006	2007	2005	2006	2007
321.095.811	562.360.189	436.624.008	824.049.599	905.533.883	1.069.080.397



Dino Piacentini, titolare della Piacentini costruzioni



Agli imprenditori emiliano romagnoli che vogliono affacciarsi al mercato libico, Piacentini suggerisce: "La Libia ha potenzialità enormi, in quanto – oltre al business degli idrocarburi grazie all'abbondanza di materie prime – hanno poco altro". Oltre al settore edile, "ci sono ampi spazi di mercato nel turismo – con chilometri di costa incontaminata e grandiosi siti archeologici – ma anche nel settore delle telecomunicazioni, visto che manca tutta la rete a banda larga e wireless. Ci sono possibilità di sviluppo anche nel settore agroalimentare e biomedicale e nel packaging". Chiaro, "non ci si devono aspettare ritorni immediati perché la burocrazia è molto complessa e richiede tempi lunghi".

Lubrificanti, affari d'oro in Marocco

In Marocco l'azienda Verde e Blu srl di Crespellano, nel bolognese, ha trovato una miniera d'oro. L'azienda produce prodotti chimici per auto (antigelo, lava cristalli, olio per i freni e per il motore, aerosol, detergenza)



L'ANALISI

Sergio Sassi, presidente Commissione internazionalizzazione di Confindustria Emilia-Romagna

Investire in Nord Africa non rappresenta più una scelta, ma una necessità"

Cresce la presenza delle imprese emiliano-romagnole in Nord Africa contestualmente allo sviluppo di Paesi che per la nostra regione rappresentano sempre di più terreno fertile in cui investire. Sergio Sassi, presidente della Commissione internazionalizzazione di Confindustria Emilia-Romagna analizza il quadro dei rapporti economici dell'Emilia-Romagna con i paesi del Nord Africa e le possibili prospettive future. Come considera il posizionamento delle nostre imprese nell'area?

"I dati su import ed export confermano che siamo al primo posto tra tutte le regioni italiane per l'acquisizione di nuove quote di mercato nei Paesi dell'Africa settentrionale e Occidentale. L'Emilia-Romagna, che nel 2007 esporta oltre 1 miliardo di euro ed importa prodotti per circa 463 milioni di euro, vanta infatti un avanzo commerciale significativo verso il Nord Africa. È da tenere presente, tuttavia, che questo avanzo tenderà a peggiorare a seguito del forte aumento dei prezzi delle materie prime energetiche, importate soprattutto dalla Libia e dall'Algeria, principali fornitori dell'area, da cui dipende una parte consistente dell'approvvigionamento italiano e regionale di petrolio e di gas".

Quali i settori dell'industria regionale che hanno guadagnato quote di mercato in Nord Africa, e quali le principali opportunità commerciali?

"L'Emilia-Romagna esporta in quest'area in prevalenza macchinari e apparecchi meccanici – oltre il 52% dell'intero export – metalli e prodotti in metallo, prodotti chimici e sintetici, prodotti dell'abbigliamento, mezzi di trasporto. Importiamo prevalentemente prodotti chimici e fibre sintetiche e artificiali, tessile e abbigliamento, prodotti alimentari e del tabacco, metalli, prodotti petroliferi e coke. Per quanto riguarda i diversi mercati dell'area Nord Africa, quelli che hanno offerto in questi anni le migliori opportunità e prospettive sono il Marocco, più 110% l'export regionale dal 2000 al 2007, e l'Egitto, più 93% nello stesso periodo. Quest'ultimo costituisce oggi, in termini

assoluti, il nostro principale partner in quella area, con quasi un terzo dell'intero valore dell'export regionale. Una nota di merito deve essere fatta anche per la Libia, il cui import di prodotti regionali dal 2000 a oggi è cresciuto del 55% e la cui attenzione al mercato italiano è considerevolmente in aumento".

E per quanto riguarda gli investimenti diretti, qual è stato il trend degli ultimi anni?

"È un andamento senza dubbio positivo: si registra un crescente interesse delle imprese dell'Emilia-Romagna in questa area, come in quasi tutti gli altri Paesi in via di sviluppo ed emergenti. Per incentivare gli investimenti in Nord Africa, Confindustria Emilia-Romagna, assieme al sistema nazionale, sta seguendo da vicino questi mercati, come dimostra la missione nazionale di Confindustria-Ice-Abi in Egitto dall'8 al 10 aprile, alla quale hanno partecipato numerose imprese italiane e una quindicina di imprese dell'Emilia-Romagna. Attraverso l'Associazione Assafraga e Mediterraneo, appartenente al sistema Confindustria e dedicata allo sviluppo dei rapporti delle Imprese italiane in Africa, Mediterraneo e Medio Oriente, il nostro sistema intende dare più slancio alla conoscenza delle grandi opportunità e delle prospettive di sviluppo di questi mercati".

Quali sono le prospettive future per le nostre imprese in questi Paesi?

"Investire in Nord Africa non rappresenta più una scelta ma una necessità. Maggiori spazi potranno essere sfruttati dai nostri imprenditori soprattutto nel settore dei macchinari e dalle attrezzature per l'industria dell'estrazione, dei macchinari per il settore agroalimentare, dei materiali e dalle attrezzature edili, dalle macchine utensili. La stabilità politica è però una condizione fondamentale per gli investimenti italiani in questi Paesi" ■





e a fine 2007 ha aperto una filiale in Marocco specializzata nella produzione in lubrificanti, in particolare olio per il motore: se infatti l'antigelo per ovvi motivi non ha un mercato in Nord Africa, di lubrificanti ce n'è bisogno in abbondanza, visto che le automobili sono tutte piuttosto vecchie e hanno bisogno di un cambio d'olio ogni tremila chilometri.

“Esportavamo in Marocco già da tre o quattro anni e grazie a questo stabilimento produttivo abbiamo rafforzato la nostra presenza, producendo olio motore sia per il mercato interno che per tutti gli altri 19 Paesi in cui siamo presenti”, spiega il titolare Dario Bonizzoni. “La scelta è caduta sul Marocco perché c'è una certa facilità nell'investire e avevamo già un partner marocchino in grado di darci un mano. E per il nostro settore ci sono enormi possibilità in quest'area: si stanno sviluppando i centri commerciali, e molti distributori marocchini richiedono i nostri prodotti perché hanno bisogno della qualità italiana”. L'esperienza di Verde Blu ha spinto molte aziende italiane a chiedere all'impresa di Crespellano la possibilità di aggregarsi, per poter iniziare a commercializzare nell'area. Per il 2008

Dario Bonizzoni
titolare della
Verde e Blu srl
di Crespellano
A lato,
tappi a corona
della Pelliconi e C.
di Ozzano Emilia

Bonizzoni prevede ottimi risultati dal suo nuovo stabilimento marocchino, e visti gli inizi – un milione di euro guadagnato nei primi tre mesi di lavoro – c'è da crederci.

Tappi all'ombra delle Piramidi

Per mettere un piede in Africa Pierluigi Garuti, direttore generale dell'azienda Pelliconi e C. Spa di Ozzano Emilia (Bo) – specializzata nella produzione di tappi corona e sistemi di chiusura per bevande – ha iniziato dall'Egitto. Costruendo una nuova unità produttiva, assieme a un partner egiziano, che rifornirà non solo l'Egitto ma anche tutto l'area East Africa. “Producendo diretta-

mente in Egitto – spiega Garuti – riusciamo più facilmente a creare contatti commerciali con clienti in un'area dove vige un regime di free trade, libera circolazione delle merci senza dazi doganali”.

In Africa Pelliconi esporta da più di vent'anni, rifornendo gli stabilimenti di grandi multinazionali come Heineken, Carlsberg, Coca Cola soprattutto in Camerun e Nigeria: l'Egitto rappresenta la porta per penetrare in Paesi in cui l'azienda non è ancora presente, come il Kenya, la Tanzania, l'Uganda. “L'Africa sta crescendo a ritmi impressionanti sia in termini di consumi interni che di sviluppo economico e rappresenta, oltre all'area Bricst, un continente con grandi possibilità di investimento per le nostre imprese” ■



LA STRATEGIA

Il programma di Unioncamere per consolidare le relazioni commerciali Nuove opportunità dal “Progetto Marocco”

Il Marocco, che ha intrapreso nell'ultimo decennio un ambizioso programma di riforme strutturali mirate alla liberalizzazione dell'economia, è sempre più collegato all'Italia grazie all'operatività del Desk di strutture camerale costituito nel febbraio 2005 a Casablanca. Il Desk, a cui partecipa Unioncamere Emilia-Romagna, nei primi due anni ha offerto assistenza a oltre 300 aziende italiane. Il turismo – con tre progetti in corso per l'adeguamento delle stazioni balneari e l'aumento della capacità ricettiva, “Vision 2010”, “Plan Azur” e “Plan Mada” – è il principale, ma soltanto uno dei settori che presentano grandi opportunità di business per le imprese italiane: auto, trasporti, edilizia, progettazione e impiantistica, design industriale, tessile, Ict, farmaceutico e medicale, biotecnologie e packaging.

Nel 2008, il sistema camerale emiliano-romagnolo ha messo in campo un nuovo programma plurisetoriale per sviluppare le opportunità di business e consolidare le relazioni commerciali, produttive e il trasferimento tecnologico nell'area. Il Progetto Marocco che coinvolge i settori trainanti dell'economia emiliano-romagnola (filiera agro-alimentare, meccanica, nautica, high-tech e bio-medicale) seguito in particolare dall'azienda speciale Sidi Eurosportello della Camera di Ravenna, si articola in alcune fasi: raccolta dei profili delle aziende interessate all'area con l'obiettivo di elaborare un data base di imprese aggiornato, presentazione dei risultati della ricerca partner, restituzione informazione commerciali, economiche e giuridiche ■

Pubb

di Giuseppe Sangiorgi

L'aggregazione di imprese fattore chiave per l'internazionalizzazione

Forlì-Cesena, rotta verso i mercati esteri

Nel 2007 le esportazioni dell'Emilia-Romagna sono aumentate dell'11%. Un trend positivo che ha coinvolto, con la stessa percentuale, la provincia di Forlì-Cesena dove le imprese si caratterizzano per attenzione e dinamicità verso i mercati stranieri, anche se si tratta di una presenza ancora legata a modalità di penetrazione inizialmente meno strutturate, che si rafforzano mano a mano che il mercato si consolida.

Una delle soluzioni utili a sostenere la capacità di internazionalizzare è l'aggregazione delle imprese. Prendendo

come base la natura strutturale del tessuto produttivo locale, la Camera di commercio di Forlì-Cesena ha sviluppato un disciplinare per favorire programmi di penetrazione commerciale o industriale nei mercati esteri, incentivando le imprese della provin-



cia ad aggregarsi (almeno tre insieme) e a lavorare in sinergia per la realizzazione di progetti.

Per il 2008 le aziende interessate possono presentare domanda fino al 31 maggio. Scaduti i termini saranno formulate graduatorie per la concessione del contributo, che coprirà i

costi fino al 50%, fino a un massimo di 40 mila euro. "Per andare oltre il mero interscambio commerciale e stare in maniera strutturata sui mercati internazionali - sostiene Sergio Mazzi, Presidente della Camera di Commercio di Forlì-Cesena - le imprese hanno bisogno di sempre

Dall'ente camerale un contributo per le aziende che decideranno di coalizzarsi

Nella foto, gli chef francesi e italiani e le autorità durante la recente missione in Francia

L'EVENTO

Vetrina francese per le eccellenze di Romagna "A tavola con le stelle"

Lenogastronomia come filo conduttore di uno scambio di offerta turistica di qualità. I prodotti del territorio romagnolo, come piadina, vini, olio, squacquerone, formaggi stagionati, dolci, salumi, marmellate, sono stati gustati e apprezzati in terra di Francia.

Nella suggestiva cornice del castello di Bagnols, vicino a Lione, i rinomati chef stellati italiani e francesi Vincenzo Camerucci, Alberto Faccani, Matieu Fontaine e Jean Brouilly hanno valorizzato in una cena le prelibatezze gastronomiche della Romagna e del Beaujolais. La cena aperta al pubblico, è stata il momento conclusivo dell'iniziativa "A tavola con le stelle", promossa dalle

Camere di Commercio di Forlì-Cesena e Rimini, assieme ai Gal Beaujolais e L'Altra Romagna ed alla Camera di commercio Italiana a Lione. I prodotti di 17 aziende romagnole del settore sono stati al centro dell'attenzione oltre che nella serata conviviale, anche della giornata di scuola di cucina e degli incontri d'affari con rappresentanti dell'enogastronomia e buyer della distribuzione organizzata francese che hanno sortito accordi economici importanti. Il progetto, nato due anni fa per valorizzare la collaborazione di due distretti eccellenti nell'enogastronomia europea, avrà una edizione in Romagna nel 2009 a Rimini ■



di Giuseppe Sangiorgi

maggiori e migliori servizi, ma soprattutto devono affrontare i mercati stranieri non più da sole ma in forma aggregata." Il disciplinare è uno strumento che si affianca ad altri consolidati come l'erogazione di contributi per la partecipazione a fiere ed eventi in Paesi stranieri, seminari sulle tematiche dell'internazionalizzazione, servizi di informazione commerciale, studi di mercato e ricerche partner, assistenza con desk all'estero, missioni e incoming.

Altra soluzione innovativa, estesa nella seconda annualità a tutti i settori produttivi, è il progetto "Temporary Management", un percorso di accompagnamento per lo sviluppo della funzione di marketing internazionale in azienda con l'inserimento di giovani figure professionali individuate in collaborazione con l'università e affiancate dal tutoraggio di consulenti esperti esterni.

"Queste iniziative specifiche - spiega Antonio Nannini, segretario generale dell'ente di corso della Repubblica - si affiancano a una serie di progetti integrati nei vari settori produttivi che vedono il coinvolgimento della Regione, delle istituzioni locali e nazionali, delle organizzazioni imprenditoriali. Nello svolgimento di queste azioni, l'ente camerale ha da anni intrapreso la strada del coordinamento, andando a consolidare, grazie al contributo operativo dell'Unione regionale, un rapporto sinergico con le Camere sul territorio nella programmazione delle attività".

Un progetto "a rete" di questo tipo, con la partecipazione anche della Regione Emilia-Romagna e di altre Camere, mira a promuovere l'eccellenza delle aziende emiliano-romagnole attive nei settori della meccanica, meccanica agricola, tecnologia del post-raccolta in India. Il programma prevede la promozione dell'iniziativa attraverso la raccolta di adesioni utili per collaborazioni commerciali personalizzate, la ricerca partner sul mercato indiano, l'organizzazione di una missione in entrata di operatori indiani selezionati sulla base degli interessi delle imprese italiane, la realizzazione di workshop, business meeting e visite aziendali ■

Sergio Mazzi, presidente della Camera di Forlì-Cesena "Dobbiamo anticipare i bisogni delle imprese e investire su ricerca e innovazione"

Andamenti positivi per molti settori dell'economia provinciale e buone possibilità di sviluppo del territorio pur con qualche elemento di criticità in prospettiva. È il quadro congiunturale che emerge dall'ultimo "Rapporto sull'Economia della Provincia di Forlì-Cesena" relativo al 2007, realizzato dalla Camera di commercio.

Presidente Mazzi, Forlì-Cesena si colloca tra le prime province per posizionamento e dinamica dello sviluppo delle imprese.

"Si tratta di un consolidamento del posizionamento competitivo rispetto alle altre aree italiane e di una tenuta nei confronti dei principali competitor europei. Forlì-Cesena, soprattutto in virtù dei dati relativi al reddito familiare e a quello pro-capite, risulta tra le prime dieci province italiane per benessere. La diversa velocità con cui viaggiano crescita economica e benessere dei cittadini sembra suggerire che, tra le linee di intervento, sia opportuno pensare a nuove forme di responsabilità delle imprese verso il territorio. Appare prioritario favorire le condizioni - economiche e sociali - per la ricostituzione di obiettivi e, soprattutto, di valori condivisi, occorre creare su nuove basi il senso di appartenenza, l'identità di territorio".

In questo quadro, come si può ipotizzare il futuro?

"Una linea guida è la deframmentazione, ossia trovare forme aggregative in tutti gli ambiti sociali ed economici per dare risposta alle nuove domande di una società in trasformazione. In particolare per la Camera questo significa garantire immediatezza ai bisogni delle imprese quasi anticipandone le esigenze. Occorre poi fare della conoscenza un diffe-

renziale competitivo, quindi investire nell'internazionalizzazione, nell'innovazione, nella formazione, puntando su quella 'alta via dello sviluppo' che è condizione necessaria per un cammino di crescita".

L'aspetto delle infrastrutture è fondamentale. Di recente la Camera di commercio si è confrontata con le associazioni di categoria del territorio sul "Progetto Sistema", riguardante le province di Forlì-Cesena e Ravenna e si è impegnata nella ricapitalizzazione dell'aeroporto.

"C'è necessità di raggiungere una posizione condivisa dalle forze economiche su iniziative di grande rilevanza per l'infrastrutturazione del territorio, in grado di migliorarne la qualità complessiva, di renderlo più attrattivo per investimenti esterni e di favorire le attività imprenditoriali. Vi sono alcune priorità ben definite su cui lavorare nel breve e medio periodo".

Quali?

"Mi riferisco all'integrazione fra il porto di Ravenna, l'aeroporto di Forlì, l'autoporto di Cesena e i servizi connessi. A proposito dell'Aeroporto "Ridolfi", la scelta della Camera di commercio di Forlì-Cesena per la ricostituzione del capitale sociale della Seaf nella misura attuale, e di un ulteriore graduale aumento per la crescita di operatività dello scalo forlivese, va in direzione dell'obiettivo di giungere all'accordo con la compagnia Ryan Air: è l'unico mezzo che può garantire prospettive al nostro aeroporto la cui importanza è collegata sia al Polo tecnologico aeronautico che alla funzionalità di servizi che interessano un territorio che comprende buona parte della Romagna".



TRA QUALCHE MESE SI CONCLUDERÀ IL SUO MANDATO ALLA GUIDA DELLA CAMERA DOPO 16 ANNI. COME STA VIVENDO QUESTO MOMENTO?

Con grande serenità. C'è la consapevolezza di aver dato un contributo, soprattutto nel dialogo tra le associazioni di categoria, per una collaborazione sempre più stretta a favore dell'economia del territorio, per la quale continuerò a lavorare anche se con un ruolo diverso.



di Thomas Foschini

Il servizio, sviluppato da Aster, conta già oltre 10mila utenti registrati

Con First un mondo a portata di click

Sono numeri di tutto rispetto quelli con cui il servizio First – Finanziamenti per l'innovazione, la ricerca e lo sviluppo tecnologico – ha chiuso il 2007.

Sviluppato da Aster, il servizio online (<http://first.aster.it>) conta oltre 10mila utenti registrati, che lo scorso anno si sono collegati 230mila volte,

visitando 800mila pagine. Con questi dati, First si conferma tra i servizi di informazione sulla finanza agevolata per la ricerca e l'innovazione più affermati a livello nazionale. Un successo che si spiega con la completezza e la tempestività dell'informazione fornita, rigorosamente verificata e di fonte ufficiale.

Frutto di un'idea sviluppata a partire dal 1999, la piattaforma First è stata messa a punto da Aster partendo dal presupposto che la completezza dell'informazione rischia spesso di tradursi – dal punto di vista del singolo – in eccesso di informazione, che va affrontato con opportuni strumenti di selezione. Ogni giorno riviste, newsletter, siti web istituzionali pubblicano una grande mole di informazione finanziaria. Grazie ad un software specializzato, gran parte di questi flussi viene "catturata" da First e parzialmente filtrata in modo automatico, con evidente risparmio in termini di tempi di monitoraggio e di editing. Solo in seconda battuta l'informazione – ancora grezza – passa al vaglio degli specialisti, che scartano ciò che non è rilevante, sintetizzano le notizie scelte e le arricchiscono con parole chiave, link ai siti ufficiali, alla documentazione ori-



ginale e alle schede informative sui quadri di finanziamento, curate dalla stessa redazione di First.

Il risultato è un flusso di notizie esauritivo, aggiornato e connesso con la documentazione preesistente: l'utente di First sa di poter raggiungere, partendo da una notizia, tutti i riferimenti che gli permettono di contestualizzarla e approfondirla. E, qualora necessiti di informazioni più dettagliate, può rivolgersi direttamente all'helpdesk, che garantisce competenza e tempi di risposta rapidi. Per aiutare i "naviganti", il sito offre anche percorsi di navigazione diversificati, e una maschera di ricerca multicriterio che seleziona le news presenti nel database. Ma soprattutto dà l'opportunità di attivare un filtro personalizzato: gli utenti registrati possono selezionare solo alcune tra le parole chiave con cui l'informazione viene classificata, per ricevere esclusivamente notizie su tematiche di proprio interesse. Un profilo di preferenze, che si traduce in una pagina personalizzata contenente solo le informazioni potenzialmente rilevanti. La stessa newsletter che l'utente riceve ogni settimana è filtrata in base a questi parametri. E non è tutto: l'utente può effettuare ricerche d'archivio e salvare i criteri utilizzati, per poterle riproporre in seguito ottenendo i risultati aggiornati. Oppure

può creare un Rss, che gli consente di ricevere in tempo reale gli aggiornamenti senza bisogno di collegarsi al sito.

Ma chi sono gli utenti che hanno scelto First? Per la gran parte, docenti universitari e ricercatori. In particolare, le quattro università emiliano-romagnole – ma anche La Sapienza di Roma, l'ateneo di Verona, la Seconda università di Napoli e l'istituto Inaf del Cnr – hanno scelto di inserire First all'interno dei rispettivi portali. Rilevante la partecipazione anche da parte delle imprese: a preferire First sono in particolare società che offrono servizi di consulenza sui finanziamenti e sulla realizzazione di progetti in ambito europeo. Soggetti per cui l'aggiornamento normativo in tempo reale rappresenta una necessità imprescindibile, e che hanno utilizzato First come base documentale, oltretutto completamente gratuita.

First affianca alla presenza sul web anche un'intensa attività off line, offrendo, oltre all'helpdesk per l'assistenza telefonica o via email agli utenti, anche convegni e seminari e servizi personalizzati per gruppi di ricerca e imprese. Dal prescreening – volto ad individuare le linee di finanziamento più idonee a sostenere un'idea progettuale – all'affiancamento nella presentazione di proposte ■

Pubb

Nasce sotto le Due Torri la prima rete italiana per realizzare il sogno di Yunus

Per non perdere i Ritmi del credito

Bologna conferma il suo ruolo di primo piano nello sviluppo del microcredito in Italia. È nella città delle due Torri, infatti, che è stata ufficializzata la prima rete italiana di microfinanza, una realtà nata per sviluppare forme di microcredito sulla scia della grande esperienza internazionale del premio Nobel Muhammad Yunus, fondatore di Grameen Bank. Il "battesimo" è avvenuto a fine febbraio nella sede della Fondazione Cassa di Risparmio di Bologna.

"Ritmi", questo il nome del nuovo soggetto, riunisce, a livello nazionale, la maggior parte degli operatori del microcredito presenti in Italia: istituzioni di microcredito, società di consulenza, centri di ricerca, promotori, investitori. Obiettivo principale dell'iniziativa è rendere più facile, per chi non ha le garanzie richieste dalle banche, ottenere un prestito sotto i 25mila euro per diventare un "padroncino" o per aprire un negozio. È successo, ad esempio, a Bologna a un 54enne peruviano che si è ritrovato disoccupato dopo la morte di un anziano che aveva assistito per anni; visto che nel suo Paese d'origine faceva il calzolaio, ha provato a mettere a frutto la sua esperienza. Grazie a un finanziamento di 6mila euro, che dovrà restituire in tre anni a MicroBo – associazione che favorisce l'accesso al credito a persone escluse dal sistema bancario tradizionale – ora ha aperto un negozio e ripara scarpe in una traversa di via Andrea Costa.

MicroBo è tra i promotori di Ritmi, iniziativa cui finora hanno aderito la Fondazione don Mario Operti e la società PerMicro (entrambe di Torino), la Fondazione Santa Maria del Soccorso di Genova, Mag 2 Milano e Mag Verona, Microfinanza

srl e il centro studi Microprogress. Molti i soggetti che si sono fatti avanti chiedendo di aderire. Tra quelli che entreranno presto nella rete ci sono la Fondazione laziale Risorsa Donna e Mag Roma, mentre si sono dimostrati interessati alla sinergia anche Banca Etica e la società Oltre Venture.

"La rete italiana di microfinanza – spiega Daniele Ciravegna, presidente di Ritmi – si muoverà su due binari: a livello politico, punta a dialogare con le istituzioni e le banche per incidere sulla legislazione in

Secondo le stime della Banca Mondiale un italiano su quattro non ha accesso ai servizi bancari

parte degli operatori del microcredito presenti in Italia: istituzioni di microcredito, società di consulenza, centri di ricerca, promotori, investitori. Obiettivo principale dell'iniziativa



LA STRATEGIA

Nel capoluogo la gran parte delle iniziative. Ma il resto della regione non sta a guardare

In prima linea per sostenere le "buone idee"

ABologna il microcredito passa da associazioni come Libra.net e Micro.Bo, che operano in sinergia con la Provincia. Libra.net, insieme a "Progetti d'impresa" dell'assessorato provinciale alle Attività produttive (progimpresa@provincia.bologna.it) ha realizzato la "Mappa delle opportunità imprenditoriali sostenibili con il microcredito". Al momento, ruotano attorno al capoluogo gran parte delle iniziative avviate, ma il resto della regione non sta a guardare. A Reggio Emilia opera dagli anni '80 la Mag, cooperativa finanziaria nata per realtà del terzo settore; a Carpi (Modena) l'Ausl ha stretto una convenzione con l'università di Bologna per il reinserimento di chi esce dalla comunità psichiatriche; a Parma, l'ateneo ha

attivato un master di microfinanza; a Forlì funziona da qualche anno il primo corso di Economia del no profit istituito in Italia. Sul fronte degli istituti di credito, accanto alla Banca etica, si sono già schierate la Banca di Bologna, Carisbo e Emilbanca: quest'ultima, per esempio, ha incontrato un gruppo di operatori dell'Ecuador lo scorso 14 aprile, nell'ambito di un progetto, "Microfinanza Campesina", che si propone di sviluppare in Ecuador un sistema di finanza popolare strutturato sul modello delle Casse Rurali italiane. Quanto alle associazioni imprenditoriali, Ecipar Cna Bologna ha attivato il progetto pilota "Competenze trasversali e carriere femminili: lavori ed eccellenza", nell'ambito di un programma europeo a soste-

gno dei percorsi di carriera delle lavoratrici per facilitarne l'accesso al credito. Anche le istituzioni sono in prima linea: si chiama "Progetti d'impresa" il servizio attivato dalla Provincia di Bologna con l'associazione Micro.Bo e i Comuni dell'associazione "Terre d'acqua" (Anzola, Calderara, Crevalcore, Sala Bolognese, San Giovanni, Sant'Agata). L'accordo è diretto alla promozione della microfinanza sui rispettivi territori tramite l'attivazione, in ognuno dei sei comuni, di uno sportello per la consulenza e la concessione di finanziamenti ridotti necessari a far decollare piccole attività d'impresa, e per dare informazioni sulle possibilità di corsi di formazione per aprire un'attività imprenditoriale ■

materia e aumentare la flessibilità dei prodotti finanziari offerti. A livello operativo, invece, l'obiettivo è mettere in comune le esperienze acquisite, creare banche dati interconnesse, condividere e scambiarsi strumenti, servizi e buone prassi, diffondere il microcredito in Italia". Per chi ha bisogno di un piccolo prestito il vantaggio sarà quello di poter usufruire di sportelli territoriali in grado di rispondere meglio alle esigenze locali.

"Il 'nostro' microcredito - aggiunge Chiara Valentini, responsabile del settore Fund Raising per MicroBo e vicepresidente di "Ritmi" - è fatto di piccole e variegate realtà locali, anche se dinamiche e in costante crescita: la rete può dare loro più forza. La dimensione del microcredito italiano, che serve a sostenere progetti microimprenditoriali come possono essere i minimarket etnici, le piccole sartorie o i giovani web desi-



IL PROGETTO

Un welfare pensato per stimolare la creatività Economia e psicologia, al via un master per operatori sociali

Si chiama master per "Imprenditore sociale esperto in microcredito" e partirà in primavera all'ateneo di Bologna. È uno dei progetti realizzati dell'Osservatorio internazionale per la microfinanza (Oim) istituito presso il Centro interdipartimentale per la ricerca e l'intervento sui gruppi dell'Università di Bologna (Cirig). "La missione dell'Osservatorio - precisa Luisa Brunori, docente di Psicologia dei gruppi e fondatrice dell'Oim - è operare come centro di eccellenza internazionale per la ricerca e le analisi sui fenomeni di microfinanza secondo una prospettiva multidisciplinare". L'Osservatorio ha avviato innanzitutto il monitoraggio nazionale di tutte le esperienze di microcredito. Il primo stadio è già esaurito e ora si lavora all'individuazione di parametri che consentano la comparazione tra le varie realtà per definirne struttura e potenzialità sul territorio. Un percorso complesso che passa dal confronto con istituzioni ed enti di garanzia.

Istituzioni che comunque seguono con attenzione l'attività dell'Oim. "Il ministero - sottolinea Brunori - ha preso a modello per altri interventi il

progetto di microcredito realizzato a Carpi e riservato a soggetti che escono da comunità psichiatriche. Un'esperienza che ha dato risultati importanti sia quanto a sensibilizzazione del territorio, sia quanto alla risposta e alle potenzialità espressa dai soggetti interessati". Il progetto si lega alla definizione di un dottorato interdisciplinare per studiare i rapporti tra economia e psicologia e a un programma di formazione in grado di mostrare agli operatori sociali che è possibile passare da un welfare caritatevole a un welfare stimolo di creatività. Ma l'Osservatorio si muove anche fuori dall'Emilia-Romagna. Nei prossimi mesi sarà operativa la Fondazione per il microcredito in Sicilia, creata a conclusione di un lavoro preparatorio che ha impegnato l'Oim per sei mesi. "La procedura è stata avviata con l'Agenzia di sviluppo integrato del Calatino, nel comprensorio di Caltagirone - conclude Brunori - e ha dato una risposta enorme sul territorio: circa 2mila richieste sono arrivate per la formazione, di cui gran parte al femminile, segno di un potenziale di risorse tutte da sviluppare". ■



gner indipendenti, è ancora molto ridotta rispetto alle potenzialità".

Sullo sfondo c'è l'impegno a dare una mano ai cosiddetti "non bancabili", cioè quel 25% di popolazione (una delle percentuali più alte in Europa) che, secondo la Banca Mondiale, in Italia è escluso dai servizi finanziari. Un dato preoccupante se si considera che il credito alle piccole imprese si è comunque ridotto rispetto a quello concesso alle grandi aziende. È uno dei motivi per cui la domanda di microfi-

nanza è in crescita. Tanto per fare un esempio, la sola MicroBo, nel triennio 2005-2008 ha concesso un centinaio di finanziamenti di cui l'80% a cittadini stranieri. Il settore resta caratterizzato dalla presenza di iniziative ancora piccole e poco conosciute, anche se dinamiche e in costante crescita. Una delle difficoltà è piuttosto la mancanza di una regolamentazione che ne favorisca lo sviluppo e la diffusione.

Per questo Ritmi, associata allo European microfinance network – la rete europea del settore – punta a incidere innanzitutto sulle decisioni politiche inserendo lo sviluppo della microfinanza nell'agenda del Governo. Intanto ha messo a punto un percorso a tappe forzate per rendere operativa entro il 2008 la circolazione di informazioni e conoscenze attraverso la creazione di banche dati comuni su servizi e strumenti destinati alle microimprese escluse dal grande circuito del credito. "Ad aprile – sottolinea Valentini

– si riunirà il primo direttivo di Ritmi. Il secondo passo sarà strutturare un percorso standard per le ulteriori adesioni. C'è già un calendario di azioni per tutto l'anno".

Di fatto la rete servirà soprattutto agli operatori per migliorare il servizio, scambiarsi informazioni, competenze e strategie. Negli ultimi 5-7 anni in Italia si sono rivolte al microcredito circa 8mila persone, che hanno beneficiato di contributi per 75 milioni. Piccoli prestiti (massimo 25mila euro) da restituire in pochi anni e resi per il 90-95% dell'importo. In genere servono a mettere su piccole attività commerciali o artigianali, dal minimarket all'acquisto del furgone per le consegne, dalla macchina da cucire al pc". I clienti sono in gran parte extracomunitari, ma anche precari o quarantenni che hanno perso il lavoro o sono reduci da esperienze professionali negative che decidono di mettersi in proprio. Ulteriori informazioni su www.micro.bo.it ■



la formazione
fa crescere l'impresa

IRECOOP: LA FORMAZIONE PER L'IMPRESA COOPERATIVA

Da 30 anni Irecoop rafforza i principi cooperativi attraverso la diffusione della cultura d'impresa e la qualificazione professionale delle risorse umane delle imprese cooperative.

Irecoop progetta e gestisce azioni formative finalizzate a fornire le competenze necessarie nei processi di innovazione dei vari settori di impresa, dall'agroalimentare ai servizi socio-sanitari, dal culturale e turistico ai servizi industriali.

Questi interventi, realizzati con contributi pubblici e privati, vengono personalizzati sulle esigenze delle singole imprese e realizzati sia in ambito locale, sia a livello nazionale ed europeo.



Un 2007 di grandi successi per il Fondo Ingenium, gestito da Zernike Meta Ventures

La Regione investe nel "seed capital"

di Thomas Foschini

Alla base di tutto, una precisa valutazione politica: la necessità di mettere a disposizione strumenti finanziari innovativi ad imprese nuove o di recente costituzione ad elevato potenziale di crescita e basate principalmente su assets intangibili. Così, sulla scia di esempi virtuosi attivati in Nord Europa, l'Emilia-Romagna decide di inserire nel Documento unico di programmazione 2000-2006 un bando per l'attivazione di un Fondo a capitale misto pubblico privato. L'aggiudicatario si sarebbe trovato a disposizione risorse regionali - o meglio comunitarie, provenienti dai Fondi strutturali, per non configurare "aiuti di stato" proibiti dai trattati - da investire, insieme a risorse private, in realtà imprenditoriali ad alto potenziale.

Operativo dalla metà del 2005, il Fondo Ingenium - questo il nome scelto per il nuovo strumento - ha messo a segno il primo investimento a inizio 2007, dopo un anno di start up durante il quale sono stati effettuate attività di promozione, scouting e valutati numerosi business plan. In regia, la società finanziaria Zernike Meta Ventures (joint venture dell'Italiana Meta Group e dell'olandese Zernike Group), aggiudicataria del bando e appositamente costituita per la gestione del Fondo. Un anno d'oro, il 2007, per il Fondo Ingenium, che mette a segno le migliori performance a livello nazionale - rispetto a strumenti analoghi attivati da altre regioni - con cinque investimenti in portafoglio.

"Le risorse complessivamente messe a disposizione dalla Regione Emilia-Romagna - rileva Francesca Natali di Zernike Meta Ventures - ammontano a un massimo 10 milioni di euro, di cui circa la metà già erogati

per procedere agli investimenti attualmente in portafoglio. Stiamo peraltro chiedendo l'erogazione dei restanti cinque milioni, per cogliere opportunità che potremmo chiudere nel breve periodo". Quanto vale il Fondo Ingenium? "Oltre alla parte pubblica c'è un ulteriore 30% di risorse private - nota Francesca Natali - quindi possiamo affermare che ad oggi il fondo vale poco meno di 14 milioni di euro". Risorse messe in campo dalla stessa società finanziaria, da parte delle aziende finanziabili ma anche da soggetti terzi.

Le cinque diverse realtà in cui il Fondo ha investito nel suo primo anno di operatività effettiva, hanno in comune il fatto di essere molto promettenti, e di avere una valutazione già dopo pochi mesi - in alcuni casi - molto maggiore rispetto alle risorse investite, segno che le potenzialità delle singole realtà erano state valutate con attenzione. Tutte realtà imprenditoriali con meno di tre anni di vita - un vincolo preciso contenuto nel bando - e che vanno da uno spin off dell'università di Ferrara in ambito biomedicale a una società di quattro giovani ricercatori che opera nel fotovoltaico. Quindi, una terza società che sforna soluzioni "internet based", una quarta che lavora in ambito ortopedico producendo placche, viti, bulloni. Da ultimo un'impresa che opera nel settore del facility management in ambito turistico. Due gli investimenti che Zernike Meta Ventures effettuerà a breve, uno che sarà formalizzato entro il 15 maggio per un'impresa di Ict, l'altro, per ora top secret, ancora in attesa dei finanziamenti regionali.

Come si spiega il successo di questo strumento? "Quello che contraddistingue Ingenium - puntualizza Francesca Natali - è che la società di gestione del Fondo è innanzitutto specializzata nella valutazione di

investimenti in nuove imprese ad alto rischio ed il cui valore è dato sostanzialmente da beni intangibili, ed inoltre non è pubblica o a controllo pubblico. È questo, in base alla mia esperienza, a fare la differenza, perché garantisce indipendenza nelle valutazioni e allinea gli obiettivi della start up con quello del soggetto gestore, che potrà beneficiare, qualora gli investimenti abbiano ritorni positivi, di una percentuale significativa del cosiddetto 'carried interest'. Il merito va ascritto alla Regione Emilia-Romagna che ha fatto questa scelta, a differenza della stragrande maggioranza delle Regioni italiane". Qualche difficoltà? "Far capire agli imprenditori che non siamo un ente erogatore di soldi pubblici 'a pioggia', ma una società finanziaria che investe capitale di rischio", entrando a far parte a tutti gli effetti dell'assetto proprietario. "Le imprese non devono effettuare nessuna rendicontazione. Se siamo convinti della validità del progetto facciamo un'offerta per comprare una quota non superiore al 45% del capitale sociale. Questo restando al valore 'nominale': poiché anche capitale umano, brevetti, eccetera sono suscettibili di valutazione, il capitale reale investito può essere molto superiore. Le operazioni attualmente chiuse hanno oscillato tra i 200mila e i 2 milioni di euro". Così come previsto dalla convenzione di gestione sottoscritta con la Regione Emilia-Romagna, Zernike Meta Ventures non sarà "socio finanziatore" in eterno, ma fino al 2013, scadenza naturale del Fondo Ingenium: entro quella data tutte le partecipazioni dovranno essere liquidate ■

Cinque le realtà ad alto potenziale di crescita attualmente in portafoglio



di Silvia Saracino

Via libera del Cipe al finanziamento del primo stralcio della Campogalliano-Sassuolo

Il distretto ceramico avrà la sua autostrada

Dopo molti anni di attesa, si avviano concretamente i lavori per realizzare il collegamento autostradale tra il distretto ceramico di Sassuolo, nel modenese - dove si concentra l'80% della produzione italiana di piastrelle - e l'autostrada. Nei giorni scorsi infatti il Cipe -

Comitato interministeriale per la programmazione economica - ha dato il via libera al finanziamento per il primo stralcio della bretella Campogalliano-Sassuolo: uno stanziamento di 234.606.000 milioni di euro per il tratto che collegherà Campogalliano, la tangenziale di Modena e lo scalo ferroviario di Marzaglia, in via di realizzazione. Si tratta in sostanza dei primi chilometri di un tracciato che andrà a congiungere la A22-Autobrennero e la A1-Autostrada del Sole.

Con questo primo finanziamento - che riguarda il progetto prelimina-

re, con l'obiettivo di portare al Cipe entro la fine del 2008 il progetto definitivo assegnato all'Anas - il Governo ha rispettato gli impegni presi a dicembre con l'Atto aggiuntivo all'intesa generale quadro siglato dal Ministero per le Infrastrutture, dalla Presidenza del consiglio e dalla Regione Emilia-Romagna. Una puntualità apprezzata dal presidente della Regione Vasco Errani: "Lo stanziamento - ha rilevato Errani - è un premio al lavoro che stiamo facendo da tempo e che finalmente arriva a concretezza". Il primo stralcio infatti è indispensabile "sia per avviare concretamente l'intera opera, sia perché c'è la garanzia per due collegamenti fondamentali: uno con la tangenziale di Modena, l'altro con lo scalo di Marzaglia, che è in fase di attuazione".

E l'apprezzamento arriva anche da Confindustria Ceramica che da quarant'anni chiede alle istituzioni locali e nazionali di poter collegare il distretto manifatturiero ceramico di Sassuolo - dove si concentra l'80% dell'intera produzione nazionale - con il sistema autostradale. Sebbene quindi il primo stralcio sia solo "un anticipo" del collegamento diretto tra Sassuolo e l'autostrada - che renderebbe molto più agili i trasporti in un'area congestionata dal traffico merci - gli industriali non possono che essere soddisfatti per "questo primo, storico e importante passo dell'autostrada verso Sassuolo", ha dichiarato il presidente di Confindustria Ceramica Alfonso Panzani. A tutte le istituzioni pubbliche che hanno contribuito va quindi il plauso degli industriali ma anche la "richiesta di proseguire tanto nell'opera di monitoraggio affinché si arrivi in tempi stretti all'apertura di questa strada, quanto nell'approvazione

degli stralci successivi che conducono a Sassuolo". Insomma, dopo quarant'anni di promesse e studi di fattibilità gli industriali hanno il timore che l'opera rallenti a un passo dalla realizzazione, e quindi si augurano che "alla luce di progetti esecutivi del tracciato già approvati da tempo e con la copertura finanziaria statale di questo primo stralcio si proceda speditamente verso l'apertura dei cantieri", conclude Panzani.

Già con la firma, a dicembre, dell'accordo quadro sulle infrastrutture, a Sassuolo avevano tirato un sospiro di sollievo: non solo perché il Governo ha inserito la bretella tra le priorità da realizzare con tempi certi e con la garanzia della copertura finanziaria, ma anche perché è prevista la realizzazione di altri collegamenti che miglioreranno tutta la logistica dell'area. Nel progetto "Campogalliano-Sassuolo" è previsto infatti il raddoppio della Pedemontana (il tratto tra la Modena Sassuolo urbana e la Sp 15 di Magreta, costo 50 milioni di euro) e la realizzazione della tangenziale di Rubiera in variante alla SS 9 Emilia (costo 20 milioni di euro), oltre al nuovo scalo merci di Marzaglia, sempre nei pressi di Modena. Alle infrastrutture nel modenese si aggiungono anche gli investimenti previsti nel porto di Ravenna, principale attracco per le materie prime utilizzate dall'industria regionale della ceramica.

Insomma, un "restyling" completo alle infrastrutture al servizio della ceramica italiana di cui trarrà beneficio tutto il sistema emiliano-romagnolo: Modena e Reggio, dove si concentra l'80% della produzione nazionale di piastrelle, e le restanti province della regione, che assieme contribuiscono per un ulteriore l'11%. ■

La soddisfazione di Regione e Confindustria per il rispetto degli impegni presi



Pubb



Regione e Consorzio Trasporti Integrati firmano il nuovo contratto di servizio

Emilia-Romagna Il futuro su rotaia

La firma risale allo scorso 31 marzo, e rappresenta il principale atto d'intesa tra l'amministrazione regionale e le aziende che gestiscono il trasporto su ferro. Il nuovo contratto di servizio, che entrerà in vigore dal 1 luglio prossimo e durerà fino al 30 giugno 2011, con la possibilità di una proroga di tre anni, è stato siglato da Regione Emilia-Romagna e Consorzio Trasporti Integrati - ente costituito da Trenitalia e da un'unione consortile di Ferrovie Emilia-Romagna e Act - che si è formalmente aggiudicato la gara d'appalto. Erano presenti, alla firma del

documento, l'assessore regionale alla Mobilità e ai trasporti Alfredo Peri, l'amministratore delegato Fs Mauro Moretti, il presidente di Fer Gino Maioli e il patron di Act Angelo Malagoli.

Prima Regione italiana ad aver messo a gara in un unico lotto tutti i servizi ferroviari di propria competenza, l'Emilia-Romagna porta a casa un documento importante, che fissa quantità, qualità, prezzi e condizioni dei servizi. Avere di fronte un interlocutore unitario permetterà il monitoraggio dei servizi offerti in un quadro di stabilità e chiarezza, oltre a tutelare gli utenti rispetto alla continuità dei servizi per tutta la durata del contratto. In questo senso, la Regione

aunderà il livello di controllo sull'attuazione dell'accordo, istituendo un gruppo permanente di ispettori che effettueranno attività di monitoraggio e vigilanza sui treni e sulle stazioni. "Questo contratto - ha sottolineato l'assessore Peri - ci consente di stabilizzare i rapporti con i gestori ferroviari: mentre prima si procedeva di anno in anno, ora abbiamo un contratto che vale tre anni, rinnovabile per altri tre, e quindi si può programmare realisticamente per sei anni. Al tempo stesso ci mette al riparo da intemperie nazionali". Un contratto, ha precisato Peri, "solido e robusto, che prevede penali, bonus". Ma non è tutto: l'intesa triennale è accompagnata, ha rilevato l'assessore, "da un piano regionale di investimenti sulle infrastrutture per comprare treni nuovi. L'obiettivo dunque è mantenere i servizi esistenti, aumentarli e migliorarne la qualità". Qualche cifra: in base al contratto la Regione Emilia-Romagna sborserà ogni anno circa 98,4 milioni di euro, che il Consorzio utilizzerà per la gestione dei servizi. Complessivamente, dovranno essere garantiti gli oltre 16,7 milioni di chilometri percorsi ogni anno in regione dalla totalità dei convogli.

Un progresso notevole, rispetto ai 14,1 milioni di chilometri complessivamente coperti nel 2001 tra Trenitalia, Fer, Atcm e Act. L'obiettivo, per la Regione, è di aumentare ulteriormente i servizi di circa il 10% nell'arco dei prossimi

due anni. In questa prospettiva si inserisce l'entrata in funzione, prevista per dicembre 2008, dell'Alta velocità sulla tratta Milano-Bologna, che vedrà il trasferimento dei treni Eurostar nelle sedi dedicate: verranno così liberate "tracce" dove far correre i treni regionali, con un miglioramento complessivo del servizio. Sul fronte investimenti, poi, la Regione mette in campo 360 milioni di euro da qui al 2009 per rafforzare l'infrastruttura ferroviaria, per la gran parte destinati all'acquisto di materiale rotabile per l'ammodernamento della rete ferroviaria e per il potenziamento delle linee. Sullo stanziamento complessivo, oltre 160 milioni verranno utilizzati per comprare treni nuovi. La Regione sta inoltre perfezionando un accordo con Trenitalia - nell'ambito del nuovo Consorzio Trasporti Integrati - per la ristrutturazione nei prossimi quattro anni dei 16 elettrotreni Ale 642 che operano in Emilia-Romagna, sul modello del primo esemplare ristrutturato e in servizio da un mese sulla Porrettana.

All'orizzonte, in conseguenza della costituzione del Consorzio, anche importanti sinergie tra le imprese che ne fanno parte. Come la realizzazione di progetti integrati di mobilità su gomma e su rotaia che avranno come denominatore comune anzitutto il biglietto, cioè il sistema di tariffazione integrata dei trasporti pubblici regionali "Stimer", il cui avvio è previsto per dicembre 2008 ■

Il documento vale fino al giugno 2011. In campo 360 milioni per il potenziamento della rete ferroviaria



OSSERVATORIO
TURISTICO
REGIONALE



in collaborazione con Confcommercio e Confesercenti

LE SFIDE DEL MERCATO TURISTICO GLOBALE

Estratto del Rapporto 2007

Il dodicesimo rapporto dell'Osservatorio turistico dell'Emilia-Romagna costituisce l'occasione per presentare i risultati del programma annuale di ricerche, realizzato sulla base della consolidata collaborazione tra la Regione e il sistema camerale.

Il tradizionale bilancio consuntivo dell'andamento del settore, tratteggiato da Trademark, è in primo luogo integrato da un'analisi dei processi produttivi delle imprese turistiche e dei fabbisogni di nuove figure professionali.

Un particolare approfondimento è riservato alle tematiche connesse con le nuove sfide del turismo globale. L'indagine sui maggiori mercati esteri di riferimento consente di individuare le principali leve motivazionali della doman-

da, proveniente dai Paesi stranieri, che sceglie come destinazione l'Emilia-Romagna: vengono indagati i comportamenti e le motivazioni prevalenti che incidono sulla vacanza attiva, in relazione ai diversi segmenti in cui si articola l'offerta turistica.

Sempre in relazione ai processi di globalizzazione del mercato turistico, vengono pubblicate alcune riflessioni di carattere più generale sul recente aggiornamento delle funzioni di promozione all'estero svolte dall'ENIT e (in ambito regionale) da APT servizi.

Chiude il Rapporto una sezione dedicata alle diversificate tipologie di intervento messe in campo dal sistema camerale emiliano-romagnolo per elevare la competitività del comparto turistico.

IL RUOLO DI APT SERVIZI SUI MERCATI ESTERI

di Massimo Gottifredi
Presidente APT Servizi
Emilia-Romagna

Il turismo è un settore che spesso è costretto a porsi domande semplici che richiedono soluzioni complesse, ma la parte difficile del lavoro di governo del turismo risiede proprio nella capacità di porsi queste domande ancor più della ricerca delle soluzioni.

Oggi le località turistiche più tradizionali stanno riflettendo sui cambiamenti necessari per rilanciare la propria competitività e per farlo devono tener conto "dell'umanità" del turismo e non solo dei dati econometrici. I comportamenti dei nuovi consumatori, infatti, non sono più quelli dei vacanzieri ai quali eravamo abituati. Troviamo infatti tanti turisti che non desiderano "staccare la spina" ma, al contrario, riattaccarla in relazione alla propria identità, alle proprie passioni. Si assiste ad un calo progressivo della "vacanza" e ad una richiesta sempre più decisa di esperienze, di coinvolgimento. E' questo un fenomeno che implica un approccio marketing più raffinato dove è necessario segmentare il target group per valori che accomunano una determinata "tribù vocazionale" e per prodotti che si offrono loro sul mercato. Operazione da realizzare partendo dai mercati più sensibili: i mercati esteri.

La pubblicazione del programma di ricerche dell'Osservatorio regionale, coordinata da Ugo Girardi (segretario generale Unioncamere Emilia-Romagna) è inserita nella collana Studi e Ricerche



Le indagini raccolte nel rapporto sono: "Il Bilancio consuntivo 2007 in Emilia-Romagna" (Trademark Italia Rimini); "L'Emilia-Romagna ed i mercati esteri: comportamenti di domanda" (Iscom Group Bologna); "L'evoluzione dei processi produttivi delle imprese turistiche e i fabbisogni di nuove figure professionali" (Centro Studi Turistici Firenze); "La soddisfazione del cliente e le ricadute economiche del turismo: approfondimento sul fenomeno delle seconde case", (Osservatorio turistico provinciale di Ferrara - Gruppo di lavoro dell'ISNART)



Ai mercati internazionali dobbiamo guardare ed esercitare la nostra capacità di innovare approcci e strumenti del marketing tradizionale e cercare di essere posizionati correttamente con la nostra offerta.

I dati sulle presenze turistiche nella nostra regione sono insoddisfacenti. Su cento presenze totali solo venti provengono da paesi esteri. Un'economia turistica, quella emiliano-romagnola, che, in generale buona salute, non ha avuto lo stimolo sufficiente ad affrontare i mercati esteri mettendo in gioco la totalità della propria offerta. Ora qualcosa sta cambiando, tanto che il sistema dell'organizzazione del turismo regionale si è adeguato riformando la legge 7/98 ed assegnando ad APT Servizi un'accentuata vocazione internazionale.

Dunque, in una prospettiva di crescita, per il nostro turismo è necessaria una maggiore promo-

zione pubblica. Ciò sia per avere più opportunità di vendita della vacanza, affrontando un target group più ampio, composto dagli oltre 300 milioni d'Europei e non più solo dagli italiani. Poi per il valore che le presenze estere assegnano allo status della località turistica: un luogo frequentato da gente che lo ha scelto venendo da lontano viene percepito come un luogo di qualità. Altra ragione per prestare attenzione ai mercati esteri è relativa allo spostamento della dinamica dei flussi di turismo, che sarà sempre più accentuato verso l'oriente, Cina ed India. La domanda di turismo da quei luoghi sarà, a breve, la principale e l'Europa, con la sua cultura millenaria e lo stile di vita sarà certamente una delle mete principali. E' chiaro che chi arriva da molto lontano cercherà prima di tutto i "segni" della nostra diversa identità ed è facile intuire come le grandi città d'arte europee (e

soprattutto quelle italiane) presenteranno una forte attrazione per il turista orientale. Di conseguenza si deve offrire una piattaforma logistica sulla quale basare questa sorta di "Grand Tour" del XXI secolo. Questa operazione potrebbe avere una notevole rilevanza sotto il profilo delle presenze turistiche e favorire il consolidamento nel nostro territorio del lavoro di intermediazione necessario per portare i turisti dell'estremo oriente in Europa.

Ci sono, inoltre, ragioni pratiche che portano a considerare prioritario il mercato estero e sono giustificate dal cambiamento nello stile di consumo turistico della gente. E' noto da diversi anni il fenomeno della frammentazione della vacanza. Molte persone fanno nell'arco di un anno più vacanze ma più brevi. Ciò vale in particolare per il mercato nazionale dal quale dipendiamo in massima parte, con il risultato che per

contare lo stesso numero di presenze sono oggi necessari più arrivi. Questo fenomeno sta spingendo molti operatori ad affacciarsi di nuovo e con più convinzione sui mercati esteri perchè è più facile vendere all'estero un pacchetto di almeno un'intera settimana, con evidente beneficio per l'organizzazione e la redditività aziendale. I segnali di una maggiore "aggressività" dei nostri operatori sui mercati esteri è testimoniato dai progetti del Club di prodotto che negli ultimi tempi puntano a rafforzare il proprio posizionamento sull'estero.

La revisione della legge 7/98, asseconda questa tendenza proponendo una modalità di azione improntata ad una logica di ottimizzazione degli interventi. Ad APT Servizi viene affidata questa missione di coordinamento operativo delle azioni sui mercati internazionali, in modo da realizzare una visione d'insieme negli interventi. La sfida è dunque fare di più con meno risorse e, con i risparmi realizzati, aprire nuove vie promozionali e portare sempre più turisti nella nostra Regione.

LA RICETTIVITA' ALBERGHIERA ED EXTRALBERGHIERA IN EMILIA-ROMAGNA
L'evoluzione degli ultimi 10 anni - Trademark Italia

In un mondo che cambia rapidamente, una delle poche costanti nell'ultimo decennio è la crescita sostenuta del Turismo, tanto che molti istituti economici e di settore definiscono quella dell'ospitalità (prodotti e servizi per chi è fuori casa) come la più grande industria del pianeta.

Il turismo genera e mantiene, direttamente e indirettamente, oltre 20 milioni di posti di lavoro, assorbe il 10% della forza lavoro mondiale e contribuisce con l'11% alla crescita del PIL mondiale. Se l'industria dell'ospitalità e del tempo libero ha assunto rilevanza economica globale, è perchè alla base dell'ospitalità ci sono le imprese ricettive, in particolare quelle alberghiere, che

La ricettività alberghiera 2007 in Emilia-Romagna (Alberghi)

Provincia	☆☆☆☆☆	☆☆☆☆	☆☆☆	☆☆	☆	R.T.A.	TOTALE
BOLOGNA	1	50	156	79	58	4	348
FERRARA	1	15	42	26	24	5	113
RAVENNA	2	53	341	104	35	27	562
FORLI'-CESENA	0	35	344	147	62	14	602
RIMINI	2	133	1.200	628	306	118	2.387
MODENA	1	27	111	73	20	16	248
REGGIO EMILIA	0	10	75	29	22	2	138
PARMA	2	29	122	70	38	11	272
PIACENZA	0	10	34	21	29	0	94
TOTALE REGIONE	9	362	2.425	1.177	594	197	4.764

La ricettività alberghiera 2007 in Emilia-Romagna (Posti letto)

Provincia	☆☆☆☆☆	☆☆☆☆	☆☆☆	☆☆	☆	R.T.A.	TOTALE
BOLOGNA	232	9.853	9.643	2.335	1.591	470	24.124
FERRARA	53	1.413	3.439	1.413	458	122	6.898
RAVENNA	340	6.405	25.514	4.461	995	2.502	40.217
FORLI'-CESENA	0	4.500	24.238	5.993	1.838	1.061	37.630
RIMINI	379	14.765	88.261	27.774	9.001	4.240	144.420
MODENA	60	3.298	6.047	1.988	373	1.012	12.778
REGGIO EMILIA	0	1.079	4.014	899	425	85	6.502
PARMA	392	3.490	6.012	1.838	901	392	13.025
PIACENZA	0	856	1.703	536	535	0	3.630
TOTALE REGIONE	1.456	45.659	168.871	47.237	16.117	9.884	289.224

consentono agli ospiti di soggiornare e di generare un formidabile indotto economico che nutre piccole e grandi imprese.

In Emilia Romagna, regione nella quale circa 1/6 del PIL regionale viene direttamente e indirettamente prodotto dal turismo, gli oltre 4.700 alberghi attivi nel territorio regionale rappresentano il cuore di questa economia.

Il periodo della ricostruzione successivo alla II Guerra Mondiale è stato caratterizzato in Emilia Romagna da una grande spontaneità che ha portato alla nascita di un settore alberghiero libero da vincoli, parcellizzato, composto di piccolissime imprese a gestione familiare che ancora oggi raccolgono benefit economici eludendo gli ostacoli e dedicandosi anima e corpo alla stagione turistica.

Il sistema ricettivo dell'Emilia-Romagna dispone oggi di 4.764 esercizi alberghieri con 289.224 posti letto.

Gli esercizi a 5 stelle sono 9, con 1.456 posti letto (lo 0,5% di tutti i posti letto alberghieri), gli alberghi a 4 stelle sono 362 con 45.659 posti letto (il 15,8%), gli alberghi a 3 stelle sono 2.425 con 168.871 posti letto (il 58,4%), gli esercizi a 2 stelle sono 1.177 con 47.237 posti letto (il 16,3%), gli esercizi ad 1 stella sono 594 con 16.117 posti letto (il 5,6%) e le residenze turistiche alberghiere (RTA) sono 197 con 9.884 posti letto (il 3,4% della ricettività alberghiera). Secondo le stime di Trademark Italia, altri 641.300

posti letto sono disponibili nelle strutture ricettive extralberghiere. In totale, dunque, le strutture ricettive del territorio regionale dispongono di oltre 930.000 posti letto. Si tratta di un volume di primaria importanza nel panorama italiano, secondo solo a quello di Regioni come il Veneto e il Trentino-Alto Adige.

L'evoluzione del sistema ricettivo regionale negli ultimi 10 anni presenta elementi di notevole interesse.

1998

La Regione Emilia-Romagna contava su un parco alberghiero di 5.138 esercizi, 153.693 camere e 256.689 posti letto. Il sistema ricettivo extralberghiero disponeva di 394.239 posti letto ufficiali, ma le stime portano a ritenere che i posti letto effettivamente disponibili fossero almeno 582.000.

2007

La Regione Emilia-Romagna conta 4.764 alberghi, 153.768 camere e 289.224 posti letto. Nelle strutture extralberghiere si rilevano 350.180 posti letto ufficiali, ma le stime fanno emergere una disponibilità effettiva di 641.300 posti letto.

Nel corso dell'ultimo decennio, il comparto ricettivo alberghiero (in linea con il trend nazionale) ha subito un progressivo ridimensionamento in termini di numero di esercizi: 374 esercizi in meno (-7,3%), ma un evidente sviluppo in termini di capacità ricettiva, 32.535 posti letto in più (+12,7%).

La ricettività variazione 1998-2007 in Emilia-Romagna

Province	Alberghi		Var. '07/'98	
	1998	2007	+/-	+/- %
BOLOGNA	347	348	+1	+0,3%
FERRARA	93	113	+20	+21,5%
RAVENNA	596	562	-34	-5,7%
FORLI'-CESENA	615	602	-13	-2,1%
RIMINI	2.687	2.387	-300	-11,2%
MODENA	246	248	+2	+0,8%
REGGIO EMILIA	147	138	-9	-6,1%
PARMA	301	272	-29	-9,6%
PIACENZA	106	94	-12	-11,3%
TOTALE EMILIA-ROMAGNA	5.138	4.764	-374	-7,3%

La ricettività variazione 1998-2007 in Emilia-Romagna

Province	Posti letto		Var. '07/'98	
	1998	2007	+/-	+/- %
BOLOGNA	20.636	24.124	+3.488	+16,9%
FERRARA	5.158	6.898	+1.740	+33,7%
RAVENNA	36.583	40.217	+3.634	+9,9%
FORLI'-CESENA	34.904	37.630	+2.726	+7,8%
RIMINI	126.305	144.420	+18.115	+14,3%
MODENA	11.525	12.778	+1.253	+10,9%
REGGIO EMILIA	5.755	6.502	+747	+13,0%
PARMA	12.331	13.025	+694	+5,6%
PIACENZA	3.492	3.630	+138	+4,0%
TOTALE EMILIA-ROMAGNA	256.689	289.224	+32.535	+12,7%

Negli ultimi 10 anni il numero degli esercizi è diminuito in quasi tutte le province regionali, ad esclusione di Bologna (+1), Ferrara (+20) e Modena (+2). La provincia di Rimini perde 300 esercizi, le altre province costiere molto meno: 34 alberghi in meno a Ravenna, 13 alberghi in meno a Forli'-Cesena. Altrettanto non si può dire per i posti letto: negli ultimi 10 anni il potenziale ospitale è cresciuto del 12,7%. Eclatante il dato della provincia di Rimini che, a fronte di una diminuzione di 300

La ricettività extraalberghiera 2007 in Emilia-Romagna (Posti letto)

Provincia	Alloggi priv	Campeggi	Agriturismi	B & B	Altri	TOTALE	% Letti
BOLOGNA	45.000	4.000	1.600	1.700	900	53.200	8,3%
FERRARA	124.000	23.000	700	400	800	148.900	23,2%
RAVENNA	46.000	28.000	1.000	900	5.300	81.200	12,7%
FORLI'-CESENA	18.000	15.000	1.500	300	9.700	44.500	6,9%
RIMINI	140.000	19.000	600	500	3.400	163.500	25,5%
MODENA	65.000	6.000	1.200	800	2.200	75.200	11,7%
REGGIO EMILIA	27.000	3.000	500	500	1.300	32.300	5,0%
PARMA	18.000	4.000	800	600	2.200	25.600	4,0%
PIACENZA	12.000	3.000	900	300	700	16.900	2,6%
TOTALE REGIONE	495.000	105.000	8.800	6.000	26.500	641.300	100%



esercizi, vede aumentare i posti letto di 18.115 unità (+14,3%). In termini percentuali è la provincia di Ferrara ad evidenziare la crescita maggiore, con un incremento del 33,7% dei posti letto.

In estrema sintesi, si conferma

- l'aumento della dimensione ricettiva alberghiera regionale (posti letto);
 - il naturale positivo processo di espulsione delle strutture cosiddette "marginali" dal mercato alberghiero regionale;
 - il loro assorbimento da parte della ricettività di standard superiore, 3 e 4 stelle soprattutto.
- Dall'analisi della ricettività alberghiera nell'ultimo decennio,

appare dunque evidente l'evoluzione positiva dell'ospitalità emiliano-romagnola che si può considerare un punto di forza del sistema turistico regionale.

IL SISTEMA CAMERALE PER LA COMPETITIVITÀ DEL TURISMO

IN EMILIA-ROMAGNA

di Ugo Girardi
Segretario generale Unioncamere
Emilia-Romagna

La crescita del movimento internazionale in Italia si attesta su un livello inferiore alla media mondiale. Se è fisiologico che le nazioni più dinamiche abbiano iniziato

ad erodere parte delle quote di mercato italiane, resta decisivo l'impegno per imprimere maggior slancio alla crescita del turismo. Per ora l'Italia resta la quinta potenza turistica nelle graduatorie internazionali, con un'incidenza del settore e dell'indotto intorno all'11 % sul PIL e a poco meno del 10 % sul totale nazionale in termini di occupazione.

Per un nuovo corso del turismo si deve disporre di un'offerta caratterizzata da un'organizzazione capace di intercettare le esigenze di una domanda che ricerca una gamma diversificata di prodotti: salute, benessere, esplorazione del territorio, cultura e gastronomia. Non basta più proporre una destinazione turistica, cresce l'interesse per gli eventi che gli esperti catalogano come l'esperienza lunga del turista, vale a dire la fruizione di soggiorni autentici, preceduta da una buona preparazione del viaggio e seguita dal prolungamento del ricordo e dalla sua condivisione.

Modernizzazione e riposizionamento sono le leve sulle quali impennare la ristrutturazione dell'offerta turistica. Per vincere la competizione globale è necessario "fare sistema", mettendo insieme l'ospitalità, la cultura e il brand Italia. Infatti, il fatto che l'Italia sia il Paese con la maggiore densità di beni culturali del mondo non è più sufficiente, perchè un bene culturale non può restare estraneo alla logistica o al sistema di ospitalità e, per valorizzarlo adeguatamente si deve tenere sotto controllo tutta la filiera.

Dall'intesa Stato-Regioni sui provvedimenti attuativi della legge 135/2001 di riforma della normativa nazionale del settore, emerge la volontà di allargare la base riconoscibile come turistica, intendendo non solo le imprese specifiche di settore ma quelle attività che spaziano dall'artigianato ai Parchi a tema, funzionali alla creazione di sistemi turistici integrati.

Il ruolo delle Camere di commercio in materia di turismo è correlato alle previsioni di normative

Per quanto riguarda le tipologie degli alberghi regionali, nell'ultimo decennio si rileva, ed è positivo, un marcato sviluppo degli alberghi a 4 stelle (+59,5% degli esercizi e +60,7% dei posti letto), la tipologia rappresentativa del livello qualitativo dell'ospitalità alberghiera. Gli alberghi a 4 stelle hanno assorbito le camere delle categorie inferiori, con evidenti benefici di carattere economico ed occupazionale.

Le tipologie alberghiere in Emilia-Romagna (Esercizi)

Tipologia	1998	Quota %	2007	Quota %	Var. +/-	Var. %
☆☆☆☆☆	4	0,08%	9	0,19%	+5	+125,0%
☆☆☆☆	227	4,42%	362	7,60%	+135	+59,5%
☆☆☆	1.784	34,72%	2.425	50,90%	+641	+35,9%
☆☆	1.859	36,18%	1.177	24,71%	-682	-36,7%
☆	1.204	23,43%	594	12,47%	-610	-50,7%
R.T.A.	60	1,17%	197	4,14%	+137	+228,3%
TOTALE	5.138	100%	4.764	100%	-374	-7,3%

Le tipologie alberghiere in Emilia-Romagna (Posti letto)

Tipologia	1998	Quota %	2007	Quota %	Var. +/-	Var. %
☆☆☆☆☆	593	0,23%	1.456	0,50%	+863	+145,5%
☆☆☆☆	28.408	11,07%	45.659	15,79%	+17.251	+60,7%
☆☆☆	118.389	46,12%	168.871	58,39%	+50.482	+42,6%
☆☆	74.821	29,15%	47.237	16,33%	-27.584	-36,9%
☆	31.192	12,15%	16.117	5,57%	-15.075	-48,3%
R.T.A.	3.286	1,28%	9.884	3,42%	+6.598	+200,8%
TOTALE	256.689	100%	289.224	100%	32.535	+12,7%

Gli alberghi a 3 stelle rappresentano la tipologia più diffusa in Regione, con il 50,9% degli esercizi e il 58,4% dei posti letto complessivi.

La ricettività alberghiera a 2 stelle si sta ovviamente e progressivamente ridimensionando in tutte le località della Riviera (viene assorbita dalla fascia 3 stelle). In 10 anni ha perduto 682 strutture e 27.584 posti letto.

La ricettività alberghiera a 1 stella ha registrato una vera e propria emorragia e sta lentamente scomparendo: negli ultimi 10 anni sia le strutture che i posti letto si sono sostanzialmente dimezzati. Ora gli esercizi ad 1 stella rappresentano appena il 5,6% della ricettività alberghiera complessiva in termini di posti letto.

regionali che tendono a diversificarsi. Come previsto dalla riforma costituzionale del 2001, le Regioni esercitano le loro funzioni in materia di turismo sulla base di una competenza esclusiva. In Emilia-Romagna sono state costruite avanzate modalità di collaborazione tra Regione e Sistema camerale improntate alla valorizzazione del criterio della sussidiarietà; il metodo di governance adottato sulla base della legge regionale n. 7/1998 ha confermato la sua validità, con l'orientamento alla promozione dei prodotti turistici. Si è perseguito l'obiettivo di coordinare le azioni delle unioni e dei club di prodotto, evitando che i programmi di promozione a cura del soggetto pubblico e la commercializzazione svolta dai privati viaggiassero separatamente. Le Unioni associano enti pubblici e soggetti privati sulla base dei quattro prodotti principali: costa, città d'arte e affari, Appennino e verde, terme e benessere.

Proprio a partire dalla legge 7/1998, Regione e sistema camerale hanno potenziato le collaborazioni per l'attuazione delle strategie di promozione del turismo. Le Camere di commercio hanno reso disponibili, sulla base di Protocolli quadriennali di intesa con l'Assessorato competente, risorse da destinare, insieme ai finanziamenti regionali, ai progetti di promozione turistica gestiti da APT servizi.

Gli interventi camerale per il sistema turistico si sono andati consolidando nel tempo; dal 1995, Unioncamere ha costituito un Osservatorio nazionale sul turismo, con il supporto specializzato di Isnat, che persegue la finalità di fornire dati omogenei comparabili su tutto il territorio nazionale. In Emilia-Romagna la conoscenza del settore è invece garantita dall'Osservatorio realizzato in collaborazione con la Regione. Assai importanti sono le iniziative relative ai marchi di qualità: le Camere di commercio si sono infatti impegnate per garantirne l'omogeneità al fine di accompa-



gnare gli operatori turistici nel passaggio a una cultura della qualità, basata su standard validi a livello internazionale. Quanto alla tutela del turista, uno sforzo particolare è stato riservato allo sviluppo delle procedure extragiudiziali, con Commissioni arbitrali e conciliative per la composizione delle controversie tra imprese e tra imprese e consumatori. Altre iniziative sono state realizzate sul versante della formazione attraverso l'apporto delle strutture camerale specializzate (Ifoa e Ctc) o di società partecipate.

Nell'ultimo periodo, tra i progetti su cui le nove Camere e la loro Unione regionale hanno maggiormente investito rientrano quelli di marketing territoriale e per lo sviluppo delle infrastrutture. Tra i tratti comuni delle iniziative realizzate in ambito provinciale si segnala il ruolo strategico assegnato alla filiera agro-alimentare, elemento propulsivo anche per il sistema turistico.

Per dare un'idea dell'impegno del sistema camerale, ecco una rapida rassegna dei principali interventi realizzati dai singoli enti.

La Camera di commercio di Bologna ha dato particolare impulso all'attività di PromoBologna, l'agenzia di marketing territoriale che valorizza gli elementi di attrattività del territorio: il capo-

luogo di regione è stato scelto come sede annuale del Word Forum for Direct Investment. La scelta di Bologna come sede dell'evento è stata rafforzata dall'intensa attività svolta da PromoBologna. L'ente ha inoltre intensificato l'impegno per sostenere la società di gestione dei servizi aeroportuali e la realizzazione di un piano di investimenti mirato allo sviluppo di nuovi collegamenti internazionali.

La Camera di Ferrara da diversi anni promuove, in collaborazione con la Provincia, azioni per la valorizzazione delle produzioni tipiche dell'agroalimentare. Ne sono esempio, la Borsa del turismo delle città d'arte e la Settimana estense. La Camera ha inoltre puntato alla valorizzazione del turismo naturalistico, con la realizzazione di un distretto che includa il territorio di Rovigo e che faccia leva sul Parco del Delta.

Per quanto riguarda la Camera di Forlì-Cesena, nel 2006 è stato realizzato il progetto Praga che ha coinvolto, attraverso un educational tour e una missione, oltre alle aziende di produzione enogastronomica, anche i tour-operator romagnoli. Altre azioni di marketing territoriale hanno riguardato progetti rivolti al Nord-Europa e al Sud-est Asiatico. Infine, il coinvolgimento nell'iniziativa Cucina tipi-

ca della tradizione dell'Emilia-Romagna, promosso da APT, Provincia e Comuni, volta a promuovere una rete di esercizi di ristorazione di qualità e collaborazioni di filiera tra operatori turistici e imprese dell'agroalimentare. La Camera di Modena è impegnata in iniziative finalizzate alla valorizzazione delle proprie tipicità. Da segnalare il progetto di fattibilità della Fondazione Casamuseo di Enzo Ferrari, avviato con un evento per illustrare le caratteristiche del complesso museale e le attività per la costituzione del centro di documentazione e di una banca dati. Interventi sono stati promossi per l'agro-alimentare, la meccanica-motoristica e il marketing territoriale da Promo, di cui l'ente camerale è socio. All'interno del progetto Modena terra di motori, è stato promosso il marchio Motor Valley.

In collaborazione con Soprip e con la Provincia, la Camera di commercio di Parma ha curato il progetto pilota per la qualità dell'accoglienza negli agriturismi, finanziato dal programma europeo Leader plus. Nel 2007 ha preso avvio un'operazione di qualificazione dell'offerta turistica collegata al marchio Parma qualità e per costruire un circuito di attrazione di investimenti è stata

creata l'associazione Sistema Parma con Camera, Provincia, Comune ed Università.

Con la progettazione di un'agenzia per il marketing territoriale, la Camera di Piacenza ha riscoperto una vocazione turistica fondamentale per il proprio sviluppo economico. L'ente camerale ha offerto contributo a diversi progetti di valenza sistemica: i programmi speciali di area logistica, il coordinamento del Polo universitario e la valorizzazione del fiume Po. Diversi i progetti sulla filiera agroalimentare, in sinergia con i Consorzi di tutela e con l'Università, per ricercare anche nuove opportunità turistiche: in questa logica si colloca la progettazione da parte dell'ente camerale, di un nuovo marchio in grado di valorizzare le produzioni di qualità e il territorio.

Un'iniziativa per un sistema integrato di promozione dell'offerta turistica provinciale, articolata su un "paniere" di pacchetti turistici, di offerta culturale e di prodotti tipici è stata messa in campo dalla Camera di Ravenna. Altro fenomeno di rilievo è la crescita della domanda di servizi culturali che ha determinato un incremento dell'attrattività del prodotto "città d'arte".

Tra le iniziative con ricadute sul settore turistico della Camera di

commercio di Reggio Emilia, rientra la valorizzazione delle proprie eccellenze agro-alimentari. Una particolare menzione spetta al progetto nato per promuovere sul mercato tedesco turismo ed enogastronomia del reggiano in occasione della mostra Canossa 1077 inaugurata, nel luglio 2006, nell'ambito della fiera di San Liborio a Paderborn in Germania. Nel 2007, la Camera ha organizzato una missione di istituzioni e aziende dell'agroalimentare e dell'artigianato artistico in Germania.

La Camera di Rimini ha realizzato l'ottava edizione del Forum sul turismo nel Mediterraneo, progetto di cooperazione internazionale di filiera fra le nazioni della sponda Sud del "Mare Nostrum", ed ha avviato l'attuazione del progetto Cost to cost, finalizzato alla promozione di flussi turistici e rapporti commerciali nel bacino del medio-alto Adriatico. L'ente ha contribuito, attraverso l'azione dei consorzi fidi, alla riqualificazione delle strutture ricettive e alla promozione di quelle congressuali attraverso l'attività di Convention Bureau. Nella logica di favorire l'integrazione dei vari segmenti che compongono l'offerta turistica sostenendo azioni basate sulla collaborazione tra pubblico e privato, va inquadrata la partecipazione alla società di marketing turistico Riviera di Rimini e sul versante delle infrastrutture strategiche del territorio, l'apporto alla realizzazione del nuovo Palacongressi.

Le iniziative dell'ente riminese contribuiscono alla vitalità del proprio turismo, contrassegnato da una crescente differenziazione dell'offerta: se si conferma la predominanza del turismo balneare, si consolida però anche una tendenza positiva per il segmento non balneare (dal turismo d'affari al congressuale). Le politiche di destagionalizzazione hanno ottenuto risultati soddisfacenti, determinando una capacità di generare valore aggiunto in tutti i periodi dell'anno.



LE RICADUTE ECONOMICHE DEL TURISMO: IL FENOMENO DELLE SECONDE CASE

di Mauro Giannattasio*

Segretario generale
Camera di Commercio di Ferrara

Il turismo è il vero settore trasversale dell'economia, in grado di intersecare le eccellenze di un territorio. Proprio per la sua complessità strategica, la politica sul turismo deve essere coordinata tra tutti i livelli istituzionali, con una partecipazione integrata del settore pubblico e privato.

Con questa idea, la Camera di Ferrara ha promosso un percorso di certificazione della qualità per alberghi e ristoranti, uno studio di marketing territoriale, nonché la realizzazione di un Osservatorio turistico calibrato sulla realtà locale. Indagini necessarie per poter conoscere i punti di forza e le eventuali criticità relative ai prodotti turistici ferraresi ed per intercettare nuovi mercati.

Un aspetto che caratterizza il territorio e merita di essere messo in evidenza è il turismo delle seconde case. Una scelta che investe una quota di turisti elevata, principalmente italiani, i quali scelgono questa soluzione per una maggiore convenienza economica e per un desiderio di autonomia. Le ricadute economiche sono notevoli, dai dati emerge che quanti scelgono come alloggio una casa, destinano una quota maggiore ad acquisti vari. Se in media le imprese del Ramo H (cioè strutture ricettive e ristorazione) beneficiano del 48% delle spese totali dei turisti, quelli che alloggiano in casa spendono ben il 71,5% in altri settori. Non sempre, però, la soddisfazione legata a questa soluzione ricettiva è ottimale e, in molti casi, non è inserita nei circuiti dell'intermediazione, rendendo così difficile la ricerca dell'alloggio.

Coloro che hanno scelto di trascorrere le proprie vacanze in una casa (di proprietà o in affitto) sono stati in massima parte italiani (84%). Le fasce d'età vedono prevalere un target adulto (35,3% tra i 41 e i 50 anni) di cultura medio-

alta (74,6% con laurea o diploma di scuola superiore). Le seconde case sono scelte per lo più da famiglie (51,7% con figli) o da single (22,4%). La provenienza di questi turisti conferma la tendenza generale: quelli italiani sono per lo più dall' Emilia-Romagna e gli stranieri in maggioranza inglesi. La motivazione principale che spinge i turisti a trascorrere un soggiorno in una casa a Ferrara è la proprietà della stessa (per il 39,5%).

Per i turisti italiani la scelta di trascorrere il soggiorno in massima parte non è stata mediata. Solo il 13% ha fatto ricorso ad un tour operator o ad un'agenzia di viaggio, per gli stranieri si sale al 58%. Il dato sulla permanenza media riflette la tipologia dell'alloggio. Il numero di notti è più alto che per gli altri turisti: 13 per gli italiani e 14,6 per gli stranieri. Come si vede, gli stranieri "sfruttano" maggiormente questi alloggi: ben il 73,7% di loro rimane a Ferrara dai 14 ai 30 giorni. La seconda casa è utilizzata per un periodo limitato dell'anno, pari in media a due mesi (51,2%). Tra coloro che sono proprietari, esattamente la metà traggono anche un reddito dal bene, affittandolo.

Per gli affittuari, invece, ciò che risulta fondamentale è la conoscenza/consiglio di persone fidate (48%) o di intermediari (48%), abbinato alla convenienza (31,5%) e alla maggiore autonomia (31,5%), garantite inevitabilmente da questa scelta.

Le spese dei turisti delle seconde case ricadono anche sulle imprese primarie, infatti oltre l'80% dei turisti frequentano i ristoranti e le pizzerie, anche se chiaramente l'incidenza dell'acquisto dei beni alimentari nei supermercati è più alta. La differenza sostanziale è che chi va in vacanza in una seconda casa fa meno shopping sia in termini di numerosità che in termini di spesa. Infatti in totale dal 4 all'8% di turisti residenziali acquistano calzature, accessori o abbigliamento. Non disdegnano invece le attività di tipo culturale o ricreative, quasi un terzo inoltre

noleggia barche e acquista souvenir. L'impatto economico dei turisti che scelgono le seconde case si riversa essenzialmente sulle imprese non propriamente turistiche. Infatti, su una spesa totale di oltre 269 milioni di euro, il 28,5% è a beneficio delle imprese del Ramo H (ristoranti, pizzerie e bar/caffè/pasticcerie), tutto il resto è a vantaggio delle altre imprese, in particolar modo quelle che offrono attività ricreative, culturali e dell'agroalimentare.

Questo tipo di turista pertanto è un cliente a tutti gli effetti, che spende per molte delle offerte presenti e fruisce del territorio in maniera attiva. Si tratta quindi di considerarlo come volano economico e non come un fenomeno da accettare passivamente. Spingere sulle attività da offrire o stimolare altre occasioni di acquisto significa far ottenere a tutto il sistema un ritorno economico che potrebbe ripagare degli effetti meno positivi di questo tipo di turismo.



La vacanza si mette in mostra

C'erano anche otto operatori russi tra i circa 90 tour operator stranieri che hanno preso parte alla tredicesima edizione del Buy Emilia-Romagna, la borsa del turismo regionale organizzata da Concommercio attraverso il Club di Prodotto Emilia-Romagna Incoming, con APT Servizi ed Enit.

Dopo il briefing di accoglienza nella cornice della Cappella Farnese, a Bologna, i TO hanno avuto a disposizione due giornate per saggiare le tipicità del territorio regionale, tra arte, cultura, natura, sport e divertimento. Un percorso ad hoc ha accompagnato i tour operator specializzati nei maggiori Golf Club della regione. Il programma studiato per far conoscere e apprezzare la qualità e l'ospitalità turistica emiliano-romagnola, si è esteso alla Repubblica di San Marino, in modo da presentare ai tour operator stranieri un'offerta più integrata del territorio. Gli operatori stranieri, accuratamente selezionati da tutta Europa, dal mercato americano e da quello asiatico e del Medio Oriente, attraverso 14 educational tour, hanno potuto toccare con mano la vacanza in Emilia-Romagna, fino al workshop nelle sale di Palazzo Re Enzo a Bologna a confronto con gli oltre 70 operatori dell'offerta della regione.

Club di Prodotto, agenzie di incoming, società d'area, consorzi, raggruppamenti di alberghi, ma anche singole imprese, hanno partecipato ad una intensa giornata di contrattazione, proponendo ai buyer la propria offerta. Al termine, il saluto agli ospiti con la cena di gala nella Sala Carracci di Palazzo Segni Masetti, sede dell'Associazione Commercianti di Bologna.

La Giunta approva la delibera per l'erogazione di contributi in conto interesse

Imprese artigiane Un bando per la crescita

La Giunta regionale ha approvato lo scorso 17 marzo un nuovo bando per l'erogazione di contributi in conto interesse a favore delle imprese artigiane di produzione e di servizio dell'Emilia-Romagna. In particolare, saranno agevolabili gli investimenti per l'innovazione tecnologica, di servizio, organizzativa, commerciale, di

prodotto e di processo produttivo o finalizzati alla riduzione dell'impatto ambientale del ciclo produttivo e dei prodotti, allo sviluppo sostenibile, a introdurre sistemi di sicurezza sui luoghi di lavoro.

Con la delibera 355 recentemente approvata, la Giunta ha inteso agevolare con un unico intervento gli investimenti delle imprese artigiane già

previsti nelle Leggi nazionali 598/94, 949/1952, 1329/65 e nella legge regionale 20/94, in quanto compatibili con le spese ammesse nel bando. Dallo scorso primo aprile - e fino al 31 luglio - è possibile presentare domanda per ottenere le agevolazioni, mentre gli anni successivi è prevista l'apertura del bando dal 2 gennaio al 30 giugno di ogni anno, allorché sarà possibile presentare le domande di contributo ad Artigiancredit, alle banche o alle società di leasing convenzionate con la Regione.

Rispetto al bando precedente, che risale al 2006, l'importo massimo agevolabile per ogni singola domanda di contributo è fissato a un milione di euro (importo minimo ammissibile elevato a 20mila euro), 150mila per i contratti di commessa e appalto (che, per essere ammessi, dovranno essere di

Tra gli investimenti finanziabili, nuove tecnologie e misure per ridurre l'impatto ambientale

Duccio Campagnoli
Assessore
Attività produttive
Foto
Caselli Marco



FOCUS

Emilia-Romagna prima regione in Italia per diffusione della banda larga Ict, la Pubblica amministrazione dà il buon esempio

L'87,2% dei Comuni dell'Emilia-Romagna è collegato a Internet a banda larga. Il dato, in assoluto il più alto nel Paese, emerge dall'ultima rilevazione sulle tecnologie dell'informazione e della comunicazione (Ict) nelle Amministrazioni locali (Regioni e Province autonome, Province, Comuni e Comunità montane) effettuata dall'Istat. L'indagine è riferita agli anni 2006-2007 e riguarda le dotazioni, l'organizzazione e la gestione delle tecnologie Ict, nonché il loro utilizzo nei processi di produzione delle principali Amministrazioni pubbliche e l'offerta di servizi all'utenza.

Per quanto riguarda il dato sulle connessioni a banda larga, l'Emilia-Romagna è seguita da Toscana (84,6%), Marche (72,7%) e Umbria (60,2%), mentre la media nazionale è pari al 58,9%. Secondo le rilevazioni dell'Istituto nazionale di statistica, l'Emilia-Romagna è al secondo posto, dopo la Provincia

autonoma di Bolzano, per l'uso della posta elettronica certificata per lo scambio tra i Comuni di documenti aventi valore legale (65,3% dei casi contro il 29,9% di media nazionale). Per quanto riguarda la formazione dei dipendenti, la regione si colloca al primo posto (con il 40,8% del personale che ha frequentato corsi su tecnologie dell'informazione contro il 19,6% del dato italiano) e ha il 75,4% dei dipendenti con accesso a internet (il 61,5% è la media nazionale).

Superiore al dato di media del Paese anche la diffusione del sito web istituzionale, strumento attraverso cui le Amministrazioni forniscono servizi a cittadini, imprese e istituzioni. In Emilia-Romagna ne sono dotati 96,3 Comuni su 100 (contro una media italiana del 78,2%); di questi, il 18,7% consente anche di effettuare pagamenti on line (il dato è il più alto a livello nazionale, dove la media è pari al 9,4%) ■

LA STRATEGIA

Istituito da Cna e Confartigianato per sostenere gli associati Artigiancredit, una garanzia dal 1977

Oltre a banche e società di leasing convenzionate con la Regione, è Artigiancredit il principale strumento che offre alle aziende artigiane e alle piccole imprese la possibilità di crescere. Costituito nel 1977 su iniziativa di Cna e Confartigianato, conta tra i propri associati cooperative artigiane di garanzia e consorzi tra imprese; del sistema Artigiancredit-Confidi fanno parte le sedi territoriali delle associazioni sindacali.

Realtà unitaria tra cooperative di garanzia provinciali e consorzi artigiani della regione, Artigiancredit offre garanzia diretta ai consorzi artigiani per ogni tipo di operazione bancaria, si pone come ente di controgaranzia per le cooperative artigiane di garanzia, come intermediario per gli interventi promossi dal

Fondo Europeo per gli Investimenti finalizzati alla crescita e allo sviluppo delle imprese e come gestore delle misure del Fondo regionale di controgaranzia della Regione Emilia-Romagna. La prossima fusione per incorporazione dei Confidi provinciali in Artigiancredit trasformerà l'attività di contro-garanzia a favore dei Confidi in garanzia diretta a favore delle imprese che, da socie dei Confidi provinciali, diventeranno socie di Artigiancredit. Artigiancredit ha contribuito alla creazione di Fedart Fidi, l'organismo unitario nazionale dei Consorzi Fidi dell'artigianato e delle piccole e medie imprese, aderente a sua volta all'Association Européenne de Cautionnement Mutuel, l'organismo europeo dei Consorzi Fidi ■



importo non inferiore a 10mila euro). Dalle tipologie di spesa agevolabili, è stato eliminato l'acquisto di "scorte, materie prime e prodotti finiti", nonché l'acquisto di "beni usati", mentre è stata uniformata a cinque anni la durata massima del riconoscimento del contributo per tutti i tipi di intervento (da realizzarsi entro 24 mesi dalla data della presentazione della domanda). Particolare attenzione alle nuove imprese – quelle che al momento della presentazione della domanda di contributo risultano iscritte al registro delle imprese da non più di sei mesi – per le quali è stata introdotta la percentuale agevolativa del 100%.

Resta invece invariato il meccani-

simo di base, il contributo in conto interessi, cioè un contributo che viene concesso quando si stipula di un finanziamento a medio e lungo termine e che viene erogato direttamente dall'istituto finanziatore, il quale se ne servirà per abbassare il tasso di interesse applicato al finanziamento dell'impresa beneficiaria. L'entità dell'agevolazione è appunto calcolata attualizzando la differenza tra tasso ordinario e tasso agevolato. Sono numerose – oltre ad Artigiancredit – le banche e le società di leasing convenzionate con la Regione per la gestione delle procedure di erogazioni delle agevolazioni in conto interesse a favore delle imprese artigiane (normativa ed elenco completo su www.ermesimprese.it). Il contributo consiste nell'abbattimento del tasso di interesse praticato da tali banche o società di leasing – con variazioni positive a favore delle imprese femminili, giovanili e delle nuove imprese – rispetto al tasso ufficiale di riferimento. Le operazioni di contributo per le imprese assistite da garanzia sono veicolate solo tramite Artigiancredit, che interviene, in caso di insolvenza, tramite un apposito Fondo regionale.

Dal bando discendono quindi nuove

opportunità per un comparto, quello dell'artigianato emiliano-romagnolo, che manda in archivio il 2007 con una crescita consolidata ma piuttosto debole (più 0,2% nel secondo semestre 2007, un dato che ridimensiona in modo significativo le performance del settore nella prima parte dell'anno). Più positive, secondo la nona indagine congiunturale sull'artigianato e la piccola impresa in Emilia-Romagna condotta da Confartigianato-Federimprese su un campione di 900 imprese della regione, le tendenze per il 2008. Per il semestre in corso, la maggioranza delle imprese attende un miglioramento degli andamenti, con una crescita della produzione dell'1,1%. In particolare, il 52,8% degli imprenditori ritiene che il volume di fatturato resterà invariato, il 20,5% si aspetta un miglioramento, il 21,3% è pessimista.

Scendendo nel dettaglio provinciale, segnali di miglioramento si dovrebbero registrare a Parma e Reggio Emilia (più marcati per la prima, già in ripresa nel 2007), mentre una sostanziale stabilità è attesa per Bologna, Piacenza, Ravenna e Rimini. Continua la corsa al rialzo dei prezzi, con un più 5% nel secondo semestre 2007 e in vista di un più 4% nella prima parte dell'anno. Sul fronte occupazionale da luglio a dicembre il trend si è fermato al più 0,2%, ma è previsto un aumento degli addetti del 2,7% per il semestre in corso (un'impresa su cinque ha in programma nuove assunzioni). In ripresa le esportazioni, che nella seconda parte del 2007 registrano un più 3% del fatturato.

E se è vero che aumenta la consistenza delle transazioni oltreconfine, oltre l'80% delle aziende esportatrici non si attende tuttavia particolari evoluzioni. Discreto infine il dato sugli investimenti, oggetto particolare del bando regionale, passati dal 13,6% al 16%, confermando l'atteggiamento prudenziale della prima parte dell'anno: operazioni orientate soprattutto alla sostituzione o al rinnovo delle attrezzature (42%) o all'acquisto di nuovi automezzi (31%). Anche nei primi mesi 2008 il 9% circa delle aziende intende investire denaro ■

Pubb

di Antonella Cardone

Entra nel vivo il ciclo di incontri promosso dall'Associazione industriali

Reggio, apre i battenti l'officina delle idee

A Reggio Emilia si aprono le "officine" per l'innovazione. Andranno ad analizzare, ad esempio, come realizzare prodotti non solo funzionali, ma anche di design e con materiali innovativi. Oppure come rendere l'azienda più snella ed efficiente, incidendo sull'organizzazione dei processi. E, ancora, come l'elaborazione di strategie di marketing innovative, in grado di cogliere gli stimoli del mercato, possa portare a realizzare in risposta le soluzioni più adeguate.

Dal design al "lean thinking", per far fronte alle evoluzioni del mercato

Sono questi i filoni su cui si articola il ciclo di undici incontri gratuiti promossi dall'Associazione industriali di Reggio Emilia per quest'anno e il prossimo, per aiutare i propri iscritti ad aumentare la competitività. Gli appuntamenti, in calendario fino a novembre 2009, "non sono

dei seminari in cui si forniscono nozioni, ma veri e propri laboratori e officine di idee, basati sul confronto diretto tra gli imprenditori", spiega il direttore della Confindustria reggiana Giuseppe Domenichini.

"Abbiamo deciso di proporre un percorso dedicato all'innovazione perché riteniamo che le idee rappresentino il bene più prezioso per le nostre imprese e intendiamo offrire

momenti di formazione realmente qualificanti", aggiunge il vice presidente per la ricerca e l'innovazione Emilio Benati. "I temi trattati - prosegue Benati - sono quelli tipici delle imprese, il prodotto, i processi organizzativi e le strategie di marketing, ma affrontati con un taglio innovativo da cui pensiamo l'imprenditore acquisirà nuovi stimoli e idee per la sua attività". Negli incontri, "gli



IL CASO

Flessibilità ed efficienza: il segreto per competere con le multinazionali **Network Extension, soluzioni Ict su misura**

Iloro concorrenti hanno nomi altisonanti come, ad esempio, Siemens. Eppure la piccola Network Extension dal 2001 a oggi da Carpi ha saputo crescere, consolidarsi e fidelizzare sempre nuovi clienti proprio puntando sull'innovazione di prodotti e servizi, che ritaglia su misura per chi ne fa richiesta. "Ci occupiamo dello sviluppo di soluzioni per la mobilità delle informazioni - spiega l'amministratore delegato dell'azienda, Luigi Orlandini - creando sistemi gestionali capaci di raccogliere dati sul campo e metterli in rete verso centrali di rilevamento". Si tratta di software, ma anche di nuovi hardware, che sostanzialmente intervengono quando c'è necessità di monitorare degli spostamenti, ad esempio dal muletto del magazziniere alla sede dell'azienda, oppure dal camion che sta effettuando la consegna per permettere di

comunicare al cliente a che punto è la spedizione della merce, oppure calcolare i tempi di percorrenza o monitorare l'effettivo rispetto dei percorsi concordati.

Si tratta di prodotti che le grandi aziende multinazionali commercializzano con successo da anni, eppure la Network Extension è riuscita a ritagliarsi una fetta di mercato di tutto rispetto perché, spiega ancora Orlandini, "riusciamo ad adattare i nostri prodotti, anche inventando hardware e software che non sono sul mercato, alle esigenze dei clienti, in modo da avere la massima efficienza. I grandi gruppi, del resto, prospettano soluzioni standard per grandi aziende, noi siamo più competitivi sul mercato italiano perché rispondiamo meglio alle esigenze delle Pmi, garantendo tempi ristretti e ottimizzazione del prodotto" ■

argomenti di maggiore attualità sono presentati dai più qualificati esperti internazionali, che impostano gli eventi come concreti appuntamenti di lavoro pensati e organizzati per chi ha poco tempo, ma dispone di un'esperienza che permette di cogliere ogni stimolo valido per la propria attività".

Insomma, "Innovare per un mercato che cambia 0809" – questo il nome del piano di alta formazione e aggiornamento partito questa primavera – è un percorso pluriennale di informazione e approfondimento che, sintetizza il presidente di Assindustria Gianni Borghi, "rappresenta una vera e propria novità nell'ambito delle attività associative rivolte agli imprenditori: è una grande opportunità per alimentare quella attitudine creativa che è e rimane il vero motore dell'innovazione in ogni ambito aziendale".

Tre i percorsi formativi proposti: il primo, "Sviluppare prodotti per un mercato che cambia" (appuntamento per maggio 2008, marzo e settembre 2009), è realizzato in collaborazione con Continuum, società internazionale di design orientata a soluzioni fortemente innovative fondata nel 1983 con sedi a Boston, Milano e Seoul, che nel corso degli anni ha ottenuto oltre 186 premi in diversi Paesi e detiene 330 brevetti nell'ambito del design e delle innovazioni d'uso. Il percorso "Riorganizzarsi secondo il Lean Thinking" (settembre e ottobre 2008, gennaio e feb-

braio 2009) è invece curato dalla società Larco & Associates Inc., realtà statunitense con sede in Italia guidata da Jorge Larco, uno dei maggiori esperti di Lean Enterprise, autore di numerose pubblicazioni in materia e consulente di importanti imprese come Zoppas, Artsana, General Electric e Honeywell. Infine, la presentazione dei casi di studio del percorso "Mettere a punto strategie innovative" (novembre 2008, aprile e novembre 2009) è affidata al professor Enzo Rullani, docente di Strategia d'impresa presso l'università Ca' Foscari di Venezia e membro del comitato di coordinamento del progetto "Imprese per l'innovazione" di Confindustria, uno dei più autorevoli esperti in tema di distretti industriali, reti d'impresa ed evoluzione del sistema industriale.

Sono molto variegati i temi che saranno affrontati nel corso degli incontri. Si parla, ad esempio, di design industriale e di quanto la sua cultura sia sempre meno basata sulla forma e sempre più sulla reinterpretazione delle funzioni di uso di un

prodotto: alcuni tra i maggiori specialisti mondiali spiegheranno come misurarsi con le nuove frontiere del design nel settore degli elettrodomestici, nella progettazione di prodotti migliori ma più semplici da costruire e nello sviluppo di soluzioni innovative grazie a nuovi materiali. Discutendo di "lean thinking", l'organizzazione snella, si capirà come la Toyota abbia potuto battere la concorrenza grazie a un'originale organizzazione aziendale applicabile anche alle imprese medio-piccole oppure, ragionando su come mettere a punto strategie innovative, si comprenderà come medie imprese italiane rappresentino un vero e proprio giacimento di idee dal quale attingere per adattarsi alle trasformazioni del mercato, competere aggiungendo servizi evoluti alle produzioni manifatturiere e costruire e affermare un marchio. Per informazioni è possibile rivolgersi alla segreteria organizzativa di "Innovare per un mercato che cambia 0809": tel. 0522-409722, fax 0522-442759, e-mail innovare0809@assindustria.re.it ■

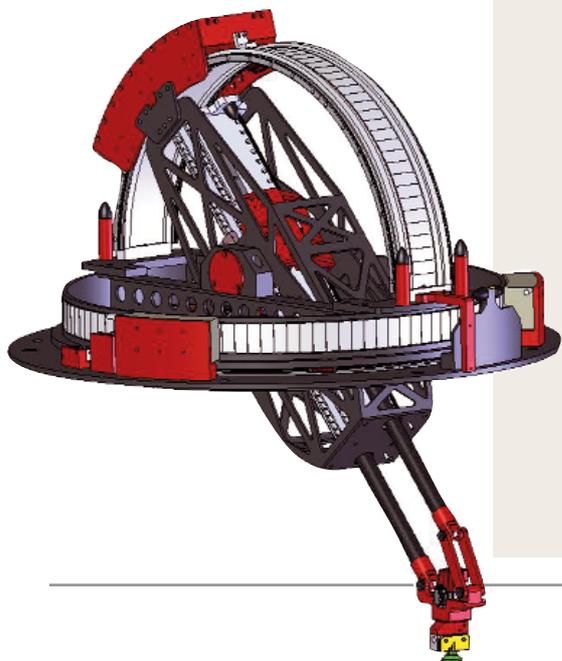
IL PROGETTO

Il rivoluzionario robot nato dalla collaborazione con l'Università Galileo e la meccatronica

Il loro Galileo Sphere, il primo robot con tecnologia direct drive, è stato uno dei principali protagonisti della giornata che Confindustria Reggio Emilia e l'università hanno voluto dedicare, il 2 aprile scorso, alle innovazioni tecnologiche nate dalla collaborazione tra aziende e atenei. Galileo Sphere è la punta di diamante di Motor Power Group, il gruppo aziendale di Castelnovo di Sotto (Re), che attraverso la Mecatronic system ha brevettato questo innovativo sistema di automazione per i macchinari pensato soprattutto per le aziende di packaging, farmaceutica, food & beverage e logistica. "Abbiamo creato ex novo questo robot – spiega il responsabile del progetto Paolo Mignano – che è l'unico a utilizzare la tecnologia moto diretta. Per le aziende nostre clienti permetterà una

manipolazione più precisa e rapida dei macchinari, aumentando così la produttività e garantendo anche risparmi energetici perché vengono eliminati dai processi un gran numero di pulegge, cinghie e viti: un bel vantaggio sul piano competitivo".

Il robot è stato sviluppato partendo dalle tecnologie di base già presenti all'interno del gruppo. "In questo caso, però – prosegue Mignano – ci siamo avvalsi anche dell'apporto del corso di meccatronica dell'università di Modena e Reggio Emilia per effettuare alcuni calcoli". Del resto all'interno del gruppo l'attività di ricerca e sviluppo ha una parte preponderante: tutti i prodotti più recenti, dai servomotori brushless ai motori lineari, sono protetti da brevetti internazionali a tutela della loro originale tecnologia progettuale ■



di Thomas Foschini



Mipim 2008: in missione a Cannes per presentare la città del futuro

Il "Bologna System" gioca le sue carte

Il palcoscenico è di quelli che contano: il Mipim di Cannes, la più grande vetrina internazionale del real estate e dello sviluppo urbano, che si è tenuta dall'11 al 14 marzo scorsi. Primo attore è il "Bologna System", un network di soggetti coordinati da PromoBologna - l'Agenzia di marketing del territorio - che per il

secondo anno consecutivo ha riunito al Mipim i principali partner istituzionali del capoluogo, dal Comune alla Provincia, dalla Camera di commercio all'areoport Marconi.

Ma anche Finanziaria Bologna Metropolitana, Interporto, Gruppo

Hera, Rfi, BolognaFiere, università e partner privati come Pavirani, Valdadige Costruzioni, Centergross. Di scena, alla presenza dei maggiori players del settore real estate e di investitori istituzionali, la poderosa fase di trasformazione che sta vivendo la città, a partire dal potenziamento del sistema di infrastrutture

con l'inaugurazione dell'Alta velocità verso Milano e Firenze e della tanto attesa Variante di Valico. Opere necessarie per incrementare l'attrattività e la competitività della città delle Due Torri, valorizzando il suo ruolo naturale di polo nevralgico e logistico nazionale.

"Il Mipim è un appuntamento internazionale chiave per far conoscere i principali progetti infrastrutturali e urbanistici che interesseranno il nostro territorio nei prossimi anni - fa notare il primo cittadino Sergio Cofferati - e che miglioreranno sensibilmente l'accessibilità, la competitività e l'attrattività di Bologna". Sul tavolo le trasformazioni complessive del territorio, che hanno un valore stimato pari a oltre 22,7 miliardi di euro, di cui circa 21 miliardi per interventi infrastrutturali e i rimanenti per le grandi riqualificazioni e i nuovi progetti di sviluppo urbano. "L'area metropolitana - rileva Cofferati - si presenta quindi al mondo dei possibili investitori al pari delle grandi aree avanzate d'Europa, in un contesto specializzato, non solo per verificare l'interesse dei maggiori

operatori internazionali, ma per ampliare i contatti e le business relation necessarie alla fattibilità dei suoi progetti".

Dalle infrastrutture per la mobilità alla riconversione e qualificazione di aree strategiche che saranno progettate rispettando gli standard abitativi e le moderne direttive sull'impatto ambientale: "Sul territorio metropolitano bolognese - rileva il vicepresidente della Provincia di Bologna Giacomo Venturi - è in atto un vero e proprio ridisegno strategico del sistema infrastrutturale che è funzionale al mantenimento e al miglioramento della sua competitività in uno scenario europeo". Sistema ferroviario

In primo piano il potenziamento delle infrastrutture per favorire sviluppo e competitività



rio metropolitano, passante Nord, metrotranvia, bus, people mover. Il futuro passa da qui. E anche da qualche infrastruttura non più rinviabile: terza corsia dinamica e casello Fiera, inaugurate con successo e – caso più unico che raro – con un certo anticipo sulla tabella di marcia: una vera e propria boccata d'ossigeno per una città da troppi anni servita da infrastrutture obsolete.

Forte di questi successi e di questi progetti il "Bologna System" ha quindi deciso di giocare a viso aperto, presentando a Cannes, nero su bianco, alcuni importanti programmi di trasformazione e sviluppo urbanistico i cui cantieri apriranno nel breve periodo.

A cominciare dalla riqualificazione di 19 ex aree militari situate in zone centrali della città, per un totale di 835mila metri quadrati. Quindi, la costruzione della nuova Stazione Centrale, per la quale si sta concludendo la gara per la progettazione architettonica, il cui vincitore verrà selezionato tra i 12 finalisti internazionali entro l'estate 2008. E ancora, il nuovo insediamento di Bertalia-Lazzaretto, che interessa un'area di oltre 730mila metri quadrati, dove si integreranno un nuovo polo universitario ed edifici per uso residenziale, insieme ad altre strutture destinate ad attività direzionali e commerciali, servizi pubblici e funzioni ricettive. Infine, è stato presentato nella città francese il progetto di riqualificazione del comparto Hera di viale Berti Pichat (ex gasometro): un'area di 65mila metri quadrati a ridosso del centro storico, a due passi dalla Stazione e dal Fiera District. Ma le opere programmate non si fermano qui. L'interporto di Bologna, per esempio, già oggi tra i più grandi d'Europa e tra i più avanzati dal

punto di vista della sostenibilità ambientale – presso uno dei 25 capannoni è stato realizzato il più grande impianto fotovoltaico della regione – direttamente connesso con l'autostrada Bologna-Padova e con 20 km di binari per un'area dedicata al trasporto su ferro di 650mila metri quadrati: l'obiettivo è l'ampliamento delle strutture per ulteriori 2.270.000 metri quadrati, di cui poco meno della metà "al coperto", in gran parte destinati a magazzino e a ribalte gomma-gomma. Perché il futuro della mobilità sostenibile passa in

Progetti MIPIM 2008 – Valori investimenti

PROGETTO	INVESTIMENTO IN EURO
Bertalia Lazzaretto	600 milioni
Riqualificazione viale Berti Pichat	40 milioni
Progetti infrastrutturali bolognesi (Passante Nord, People Mover, Metrotranvia)	2 miliardi e 940 mila €
Progetti infrastrutturali nazionali	18 miliardi e 210 milioni di €
Nuova Stazione Centrale	340 milioni
Riqualificazione Ambito Ravone	330 milioni
Interporto	160 milioni
Aeroporto	100 milioni
TOTALE	22,720 miliardi

IL PROGETTO

Le prossime trasformazioni dell'area metropolitana bolognese Grandi opere per un nodo strategico

Si parla di tre, quattro anni. Non di decenni. E i progetti sono già lì, con alcuni cantieri aperti, alcuni lotti completati, altri che lo saranno a breve. Tra la via Emilia e il West ora c'è la Tav, il treno ad Alta velocità Bologna-Milano. Attualmente i lavori sono in fase di completamento, e a dicembre 2008 è prevista l'inaugurazione della tratta con treni che percorreranno i 214 km che separano le due città in meno di 60 minuti. Nel 2009 sarà la volta della Bologna-Firenze, che permetterà di raggiungere il capoluogo toscano in appena 30 minuti. L'investimento previsto per le tratte che attraverseranno Bologna è stimato in oltre 13 miliardi di euro.

Dagli assi nord-ovest e sud a quello che punta diretto al Brennero: entro il 2010 verrà realizzato il raddoppio della Bologna-Verona; un potenziamento che consentirà di far circolare sulla tratta ben 220 treni al giorno. Infine la Variante di Valico, forse l'opera più attesa, che per anni ha imbrigliato l'Italia in due sole corsie per senso di marcia. Lunga quasi 63 km, promette – al costo complessivo di oltre 3,1 miliardi di euro – non solo di ridurre i tempi di percorrenza, ma anche di aumentare il livello di sicurezza di un tratto di asfalto che qualcuno si azzarda ancora a chiamare autostrada.

Non di minore importanza le opere a carattere "locale", che in realtà non lo sono affatto: passante Nord in primis,

una vera e propria autostrada lunga circa 40 km con tre corsie per senso di marcia e quattro nuovi caselli. Investimento stimato pari a 1,4 miliardi di euro, la "bretella" permetterà di ridurre del 26% il tempo di attraversamento del nodo bolognese, riducendone i livelli di congestione dal 17 al 2%: al momento la palla è in mano all'Unione europea, che deve decidere sull'affidamento della gestione dell'infrastruttura ad Autostrade per l'Italia.

Per l'area metropolitana vera e propria, ecco il People Mover – un moderno sistema di trasporto su monorotaia sopraelevata che collegherà l'aeroporto e la nuova stazione di Bologna in meno di dieci minuti, con fermata prevista al nuovo insediamento Bertalia Lazzaretto – con il bando per il project financing dell'opera già concluso e l'assegnazione prevista entro l'estate: dal costo stimato pari a 100 milioni di euro, si prevede il taglio del nastro entro il 2011. Ma anche la metrotranvia, che collegherà la periferia di Bologna al centro storico, toccando Fiera District, Stazione Centrale, Ospedale Maggiore, per una tratta complessiva di 12 km di cui 6,5 in galleria. Infine il "Sistema ferroviario metropolitano", un sistema di trasporto su rotaia che svilupperà una mobilità veloce e frequente fra territorio provinciale e centro cittadino, grazie a 87 stazioni e a un treno ogni 30 minuti su tutte le tratte, per un'utenza stimata di 120-160mila passeggeri al giorno ■



gran parte per la logistica, per una ragionevole soluzione del problema dell'“ultimo miglio”, per un'efficiente integrazione tra i servizi di trasporto su gomma e su ferro.

La parola chiave è dunque “interconnessione”. Tra piattaforme diverse, come quella che si realizzerà tra l'aeroporto e la stazione centrale, ma anche quella tra sistema locale e sistemi nazionali, di cui Bologna è un nodo primario, dalla Variante di valico all'Alta velocità. Ma anche

interconnessione con il mondo produttivo, e utili sinergie tra pubblico e privato in fase di elaborazione stessa dei progetti. “Negli anni passati – ha dichiarato Giuseppina Gualtieri, direttore generale di PromoBologna – gli interlocutori internazionali hanno più volte reagito con stupore nel vedere il territorio sempre uguale a se stesso a distanza di decenni. Ora sono in corso e sono programmati investimenti che cambieranno in modo significativo una parte importante del territorio metropolitano. La città di Bologna è oggi un'area che sa valorizzare la sua storia e sa guardare al futuro con trasformazioni che ne rafforzeranno la capacità attrattiva consentendole di competere con le principali aree avanzate d'Europa”. Che non solo vantano infrastrutture più sviluppate, ma anche una diversa mentalità nell'approccio al problema “grandi opere”: “Gli interventi infrastrutturali previsti sul territorio di Bologna – rileva Enrico Levi, project manager di



PromoBologna – si integreranno, tra l'altro, con 14 nuove aree produttive; 4,5 milioni di metri quadrati di superficie. I progetti sono stati condivisi tra istituzioni e sistema economico-produttivo e, come è accaduto ad esempio con il People Mover, sarà sempre più importante utilizzare lo strumento del project financing che vede la diretta partecipazione dei privati in sinergia con il pubblico”. Un passo nella direzione giusta, dunque, per recuperare il tempo perduto ■



GLI OBIETTIVI

Pioggia di investimenti su Stazione Centrale e aeroporto Marconi Dalla Tav ai low cost

Lavori saranno assegnati entro la prossima estate, quando la giuria presieduta dall'architetto Gae Aulenti sceglierà il vincitore tra i 12 studi di architettura internazionale attualmente in gara. Una ristrutturazione radicale, quella del nodo ferroviario bolognese, che interesserà un'area di 35 ettari. La nuova Stazione Centrale sorgerà su un'estensione territoriale di 180mila metri quadrati, all'interno della quale potranno essere edificati 42mila metri quadrati per i servizi di stazione e 120mila metri quadrati per le funzioni urbane complementari di carattere commerciale, direzionale e ricettivo. Il nuovo nodo ferroviario sarà un vero e proprio “hub intermodale”, il fulcro del sistema ferroviario nazionale ma anche regionale e metropolitano, poiché vedrà l'integrazione di tutti i sistemi di mobilità pubblica urbana ed extraurbana. Una stazione “multipiano”, dove nei sotterranei faranno sosta i treni dell'Alta velocità, mentre in superficie la stazione storica sarà rimessa a nuovo per ospitare il Servizio ferroviario metropolitano per treni locali e a lunga percorrenza, la metrotranvia, il People Mover. Proprio quest'ultimo permetterà di raggiungere il Marconi in appena dieci minuti. Uno scalo che si rinnova, mettendo in cantiere da qui al 2012 ben 200 milioni di investimenti. Dalla riqualificazione del Terminal Passeggeri alla costruzione di un nuovo molo imbarchi, fino all'ampliamento dei piazzali aeromobili e dei parcheggi auto, a un

nuovo sistema automatizzato di smistamento bagagli, e appunto, alla nuova stazione del People Mover. Un primo “pacchetto” di interventi che si inserisce in un programma di lungo termine, che guarda fino al 2022: consolidamento traffico business (oggi al 12,4%), deciso sviluppo dei low cost (attualmente al 12,4), incremento del business non aeronautico (per ora fermo al 40% del totale ricavi). L'obiettivo è portare a 650 i milioni di euro investiti da qui a 14 anni, con la costruzione di un nuovo Terminal in un'area concordata con Comune e Provincia di Bologna. Capacità finale prevista, 10 milioni di passeggeri. Un ruolo sempre più importante, per entrambe le infrastrutture strategiche, sarà assegnato alle “aree satelliti”: la crescita prevista per l'indotto “extra aviation”, restando al Marconi, ma anche la riqualificazione di 32 ettari di area urbana circostante la nuova Stazione Centrale, oltre ai 35 interessati dall'infrastruttura vera e propria. Il progetto, già nero su bianco, interesserà l'area “Ravone”. Prevista la realizzazione di circa 135mila metri quadrati, di cui il 70% per uso abitativo e il rimanente 30% per funzioni compatibili con la residenza. Rete ferroviaria italiana si è impegnata a presentare il piano particolareggiato entro l'estate: un progetto complesso che sarà portato a termine da Rfi mediante la costituzione di una società di scopo, aperta anche a capitali privati ■

Pubb

di Rossella Pressi

Si terrà a Bologna la prima edizione della manifestazione itinerante

Emilia prêt-à-porter Al via la fiera Link.it

Attesi migliaia di buyers in una città dove la moda è di casa

Si chiama Link.it e porterà la moda a Bologna. È una fiera semestrale e itinerante dedicata alle aziende di abbigliamento che consegnano tra i 60 e i 90 giorni, e si terrà per la prima volta all'Expò di Piazza della Costituzione tra il 19 e il 22 giugno 2008. "Si riempie così un vuoto di mercato a livello europeo che - spiega Marisa Corso, direttore

della divisione commerciale di BolognaFiere - accontenta sia i produttori che i compratori".

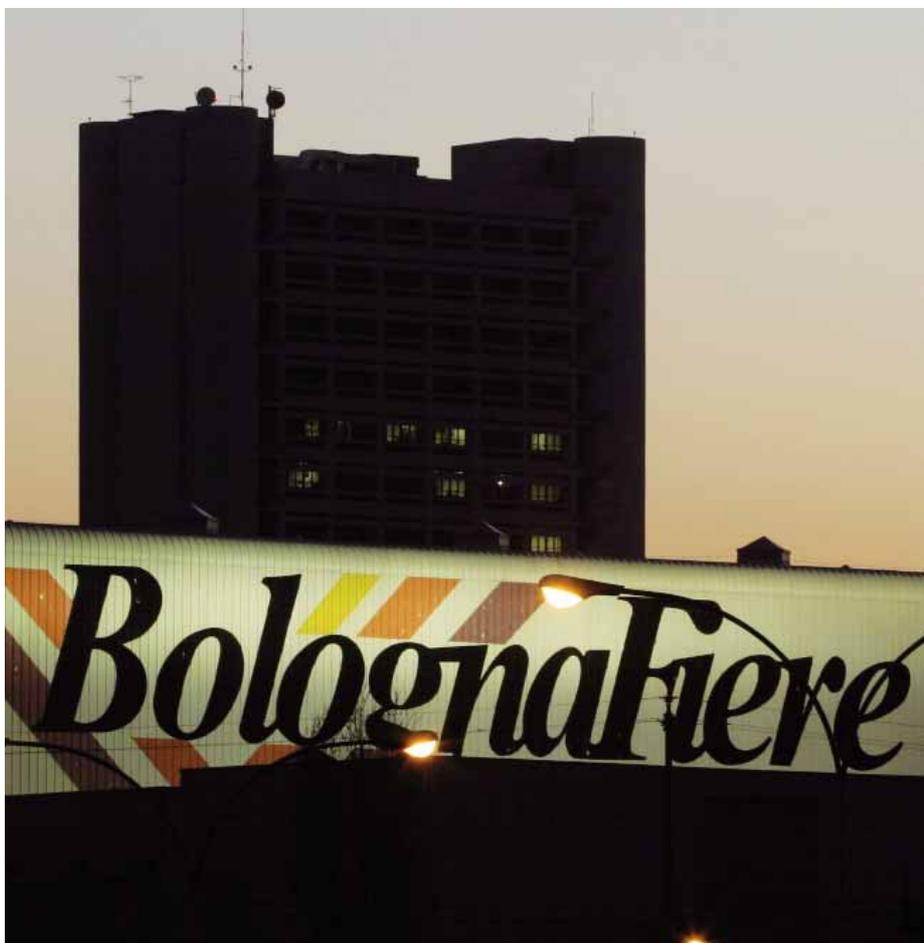
Il disegno che ha portato a Bologna Link.it nasce dalle menti di Massimiliano Bizzi, un bolognese che lavora a Milano (presidente di M.seventy, creatore di White e White Homme, eventi legati alla settimana della moda milanese, e consulente del Prêt-à-Porter di Parigi diretto da Jean Pierre Mocho) e Marisa Corso, una milanese che lavora a Bologna. Diventa poi realtà anche grazie all'appoggio del Comune di Bologna che, attraverso Maria Cristina Santandrea, assessore alle Attività commerciali, turistiche e marketing urbano, ha creduto fin dall'inizio nel progetto e anzi, ne ha stimolato la nascita.

La strategia è lineare: innanzitutto è proprio a Bologna che sono radicate storicamente le aziende del prodotto moda. "Su 70 milioni di prodotti all'anno - spiega l'assessore Santandrea - il 60-70% viene fabbricato in città; in modo particolare dalle 600 aziende del Centergross". "E poi - aggiunge Bizzi - le fiere hanno successo quando nascono nella sede naturale del prodotto". Inoltre Bologna, secondo polo fieristico italiano dopo Milano e

con un fatturato di settore che si aggira intorno agli 8 miliardi di euro, si trova geograficamente a metà strada tra Firenze e Milano, l'asse della moda su cui - nelle settimane calde del prêt-à-porter - passano migliaia di buyers internazionali, statunitensi e giapponesi in testa. "Quello che ci si aspetta dalla prima edizione, che presenterà in circa 3mila mq un'offerta trasversale di abbigliamento e accessori uomo, donna e bambino - dichiara Bizzi - è un'affluenza di circa 5-6mila buyers internazionali (sui 25mila attesi tra Firenze e Milano). Il giro d'affari è difficile

da stimare ma se si pensa che ogni buyer ha a disposizione tra i 30 e i 40mila euro, il conto può essere presto fatto".

Ecco spiegato perché la prima edizione si farà a giugno, nel bel mezzo delle presentazioni di Firenze e Milano dedicate al prêt-à-porter uomo, e la seconda a gennaio, subito dopo il Pitti uomo, prima che il circo della moda si trasferisca a Milano per le altre presentazioni. Ma la fiera sarà anche itinerante nel senso che, spiega Bizzi, "esattamente così com'è, con gli stessi espositori, si sposterà a Parigi, dalle Due Torri alla Tour Eiffel, diventando



Link.fr e collocandosi all'interno del Prêt-à-Porter di Parigi, il più grande evento di moda che si tiene in Francia e che accoglie ogni volta oltre 60mila visitatori. La visibilità per i produttori sarà quindi massima per più volte nell'arco dell'anno". Anche il partner francese è molto soddisfatto del gemellaggio. "È molto importante per noi stare a Bologna – afferma Jean Pierre Mocho, presidente del prêt-à-porter francese – perché in Italia, il volume di affari delle aziende che consegnano tra i 60 e i 90 giorni, supera di tre volte quello francese". Due le tappe previste nel 2008: Bologna a giugno, Parigi a settembre. Nel 2009 e per gli anni a seguire, il calendario di Link.it e Link.fr sarà gennaio a Bologna e Parigi, giugno a Bologna e settembre a Parigi. E, mentre per le collezioni di moda verranno presentate le stagioni successive (per esempio al Pitti di giugno sfilava l'estivo 2009), gli espositori di Link presenteranno l'autunno-inverno

2008, per permettere ai buyer di fare un riassortimento in stagione con alto contenuto di ricerca.

Tra le aziende espositrici, i cui nomi ancora non vengono fatti "anche perché – dice Marisa Corso – il team che si occuperà di fare gli inviti ufficiali alle aziende che poi esporranno ancora non è stato formato", ci sono comunque nomi grossi della moda che, spiega Bizzi, "hanno saputo crescere e creare nel tempo una loro personalità. Si contenderanno il centinaio di posti a disposizione le circa 800/900 realtà, non solo bolognesi, che puntano sulla qualità, che sono moderne e che, nel momento in cui la moda ha visto i propri ricavi rallentare, hanno acquistato un grande potere commerciale ed economico. Un potere che stanno mantenendo anche ora che l'alta moda e il prêt-à-porter stanno tornando sui livelli di prima della crisi".

La speranza è che la città risponda bene al nuovo appuntamento.

"Bologna – dichiara l'assessore Santandrea – è pronta a un evento di questo genere. Sarebbe però utile che l'imprenditoria facesse sistema ad esempio lasciando aperti ristoranti e bar anche la domenica e durante i festivi, soprattutto se ci sono eventi. Grazie alle nuove liberalizzazioni c'è ampio margine di manovra e quando sui nostri tavoli arrivano richieste di aperture domenicali o durante i festivi, diamo volentieri parere favorevole" ■



IL PROGETTO

Palazzo d'Accursio ripropone il bando per sostenere eccellenza e tradizione Anche nel 2008 le opportunità di "Mambo"

Si chiama Mambo (acronimo di Media Area Macello Bologna) ed è il bando che l'assessorato alle Attività commerciali, turistiche e marketing urbano del Comune di Bologna, grazie a fondi pubblici previsti dalla Legge Bersani, ripropone anche nel 2008 (l'uscita è prevista per settembre/ottobre) per favorire lo sviluppo di tre settori merceologici: quello dell'information technology, dell'artigianato artistico e della moda.

"Nel 2007, grazie alle rimanenze dei Mambo degli anni precedenti abbiamo distribuito circa 3 milioni di euro – spiega l'assessore Maria Cristina Santandrea – finanziando tre delle sei aziende di moda che avevano fatto domanda. Quest'anno i fondi ammontano a circa 1 milione e mezzo di euro e speriamo di riuscire a finanziare almeno un paio di imprese".

I finanziamenti possono essere al massimo di 150mila euro di cui la metà è a fondo perduto. "Quest'anno – dice l'assessore – mi piacerebbe che facessero domanda anche le imprese che producono accessori moda

come i bottoni o quei particolari che arricchiscono i capi di abbigliamento. Una commissione di esperti interamente proveniente da fuori Bologna, perché la trasparenza sia in primo piano, avrà poi il compito di valutare quali sono, tra quelle pervenute, le domande meritevoli di finanziamento. Le aziende che si sono costituite di recente e quelle che hanno l'obiettivo di recuperare e far rinascere le antiche tradizioni di Bologna, come per esempio la lavorazione della seta per la quale la città un tempo era rinomata a livello europeo, saranno valutate con particolare attenzione".

Ma non c'è solo il Mambo nei progetti dell'assessore Santandrea. "Il mio sogno – afferma – è creare una sinergia tra Centergross e università della Moda che diventi una sorta di incubatore universitario finalizzato a supportare la nascita di un'imprenditoria di alto livello". Ma forse il sogno non è lontano dall'avverarsi. "Sono già stati avviati dei contatti con una banca – dice prudentemente l'assessore senza sbilanciarsi con

i particolari – che sembra molto interessata al progetto e sarebbe disposta a cofinanziarlo". Intanto, per i giovani che vogliono intraprendere la strada della moda, c'è il corso di laurea triennale in Culture e tecniche del costume e della moda (Clam) – che l'Università di Bologna propone nella sede distaccata di Rimini – l'ideale per chi aspira a svolgere attività professionali in diversi ambiti, quali l'animazione e l'industria culturale, le televisioni e i mass-media, il costume e la moda, dall'ideazione del prodotto alla sua realizzazione. Tra le materie d'esame: storia del costume della moda e giornalismo di moda (al primo anno); organizzazione delle aziende di moda, chimica e tecnologia delle fibre tessili, laboratorio di disegno tessile e architettura e layout dei punti vendita (al secondo anno); semiotica della moda, costumistica teatrale ed economia delle aziende di moda (al terzo anno).

Maggiori informazioni sono reperibili sul sito internet della facoltà

www.rimini.unibo.it/moda/index.htm ■

di Rossella Pressi

Ravenna, bilancio positivo per l'iniziativa di Iscom Emilia Romagna

L'arte della gastronomia si insegna all'"Accademia"

Intagliare la frutta e la verdura per avere il buffet più chic di tutta la riviera, ma anche per stupire alla cena organizzata con gli amici. Curiosi suggerimenti per proporre alla propria clientela stuzzicanti proposte gastronomiche da passeggio o da gustare sotto l'ombrellone. Ma anche imparare a cucinare pietanze appetitose a misura di single.

L'Accademia del Gusto di Ravenna offre proposte a professionisti e appassionati del cibo: non solo buono ma anche bello. Il progetto si rivolge ad operatori del settore della ristorazione (barman esperti, ristorazione scolastica,

ospedaliera o commerciale come tavole calde, fast-food, ristoranti, pizzerie, cuochi esperti, addetti al catering e alle gelaterie) per offrire un'opportunità a quei professionisti che intendono acquisire o migliorare le tecniche e i segreti del settore. Ma si rivolge anche a non professionisti che, grazie ai corsi amatoriali, imparano a preparare prelibati menu della cucina italiana con semplici tecniche innovative e di tendenza.

Attiva dal novembre 2007 per rispondere all'esigenza di formazione degli associati Confcommercio, l'Accademia è nata da un'idea di Iscom Emilia Romagna (l'ente di formazione promosso dalla Confcommercio regionale) e di Ascom-Confcommercio Ravenna, ed è sorta a Ravenna proprio per rispondere alle esigenze di un territorio che ha dimostrato chiaramente la volontà di qualificarsi ulteriormente nei servizi offerti alla clientela, soprattutto turistica.

"L'Accademia del Gusto - spiega Nicola Spagnuolo, direttore di Iscom Emilia Romagna - ha l'obiet-

tivo di creare dei momenti di approfondimento specifico per chi, pur avendo esperienza nel settore della ristorazione, vuole migliorare le proprie competenze e aggiornarsi sulle nuove tendenze. Il nostro punto di partenza è la qualità della formazione. I professionisti che già fanno questo lavoro non lo improvvisano di certo ma spesso hanno bisogno di perfezionare competenze che già mettono in campo quotidianamente nella loro attività.

L'Accademia - precisa Spagnuolo - intende quindi fornire ai professionisti percorsi formativi di alta qualità. Diverso invece è il discorso per i corsi amatoriali. In questo caso - continua il Direttore di IscomEr - i docenti dell'Accademia condividono con gli appassionati le loro conoscenze e, per fare in modo che il tutto venga davvero appreso, aggiungono alla teoria l'esperienza pratica facendo cucinare davvero chi

è lì per imparare".

Degli 11 corsi proposti tra novembre e dicembre 2007 (per un totale di 72 ore di lezione), 8 erano riservati ai professionisti mentre 3 erano rivolti agli appassionati. Tra i 208 partecipanti totali, 73 erano professionisti, 135 gli amatori. In questa prima parte del 2008, l'Accademia ha invece proposto 8 corsi (per un totale di 36 ore di lezione) riservati esclusivamente ai professionisti: in 108 hanno raccolto l'invito. Tra i corsi organizzati nei primi mesi dell'anno, grande successo hanno riscosso iniziative come "Il menu di S. Valentino", "La cena di Natale" ma anche "L'ABC della cucina" riservati agli appassionati dei fornelli, mentre per l'ambito professionale si sono distinti i corsi di Justwellness nei quali si impara la cucina del benessere. Ricette semplici, genuine ed equilibrate per applicare il metodo nel proprio locale, trovando

Le proposte si rivolgono a professionisti o semplici amanti del gusto



risposte e alimenti adeguati per clienti attenti al benessere o che seguono determinati regimi alimentari. L'ultimo corso al via nel primo semestre 2008 è quello delle "Stuzzicherie per l'estate", quattro ore in cui i professionisti dell'accoglienza impareranno cinque facili ricette da gustare mentre si passeggia o si è in spiaggia per le quali verranno utilizzate anche verdure e formaggi freschi. Docente di quest'ultimo corso prima della pausa estiva è Fausto Rivola, esperto di panetteria, pasticceria e pizzeria. Altamente qualificati anche gli altri docenti dell'Accademia tra i quali figurano Paolo Teverini (mediatore tra la cucina di ieri e le tecniche di oggi), Lucio Pompili (da anni ai vertici dell'alta cucina regionale di ricerca) e Vincenzo Cammerucci (fuoriclasse della cucina italiana, stella Michelin a Cesenatico).

"I grandi chef che accompagnano i nostri iscritti nel loro percorso formativo - afferma Spagnuolo - dimostrano una volta di più la qualità dei nostri corsi. Il sistema Iscom dell'Emilia Romagna, fatto di una sede regionale e di 11 sedi territoriali, ha da sempre fondato l'attività sulla qualità dei corsi erogati. Ciò ci ha consentito, nel medio-lungo periodo, di affermarci come un

sistema formativo solido e sano, anche in un momento difficile per la formazione come quello attuale. Puntare sulla qualità - continua - ci ha portato oggi ad essere un sistema che nel suo complesso occupa circa 60 persone e oltre 300 collaboratori tra docenti, tutors e progettisti. Nell'ultimo anno quasi 10mila persone hanno frequentato iniziative del sistema Iscom, per un totale complessivo di oltre 500mila ore/corso/allievo. Penso che la formazione di qualità - aggiunge - rappresenti, sia per le aziende che per i professionisti che ne fruiscono, un investimento a medio-lungo termine per il quale è difficile quantificare i ritorni nell'immediato. Bisogna crederci, ed è per questo che i nostri

corsi, quasi tutti a mercato, mirano a formare le eccellenze. Peraltro, le prime stime sembrano darci ragione: prevediamo un incremento delle iscrizioni pari a circa il 18-20% già dopo il primo anno, nonostante le difficoltà normalmente connesse allo start up di progetti complessi e ambiziosi come questo" ■



FOCUS

In primo piano i segreti della "cucina del benessere" Justwellnes, vivere e alimentarsi bene

I corsi che propone l'Accademia del Gusto sono suddivisi in 7 grandi macroaree: barman, chef, pasticcere, pizzaiolo, panificatore, Justwellness, per tutti i gusti. All'interno di ogni area poi ci sono diverse possibilità. Per esempio i barman possono imparare le nuove tecniche di servizio richieste nel Free-style e nel wine-bar comprese le attrezzature e le caratteristiche che diversificano le due tipologie oppure hanno l'opportunità di perfezionare l'arte di allestire un buffet per le diverse occasioni, arricchendo il tutto con la realizzazione di guarnizioni floreali, l'intaglio di frutta e verdure e l'organizzazione del servizio.

Gli chef invece possono scegliere tra un corso che insegna le tecniche innovative per la cottura della carne e del pesce o un corso di finger food. Soluzioni che abbelliscono l'impatto visivo del cibo e ne facilitano il consumo da parte degli invitati. Ma anche l'arte di cucinare al microonde, come preparare il brunch o la prima colazione per B&B, locande, agriturismi e alberghi. Il pasticcere potrà perfezionare l'arte della decorazione oppure imparare a realizzare cioccolatini e pralineria, con una combinazione intrigante tra il classico e il moderno, ma

anche capire i segreti della pasticceria a basso contenuto calorico per le intolleranze alimentari. Ai pizzaioli sono riservate le lezioni di farcitura e pizza acrobatica mentre ai panificatori viene spiegato come fare pani speciali (l'orzo, la segale, il mais, la soia o il riso) e come poter fare creazioni di pane artistico, senza trascurare le lezioni sui pani a pasta dura, le focacce e i pani regionali. Nei corsi Justwellness, i professionisti che gestiscono centri benessere, palestre, centri estetici ma anche ristoranti o bar, impareranno ricette semplici, genuine ed equilibrate. Il tutto sotto la guida di esperti del settore alimentare e di Dino Sintoni, naturopata e ideatore del metodo.

Per chi non è un professionista ma ama l'enogastronomia l'area "corsi per tutti i gusti" offre diverse opportunità: oltre ai classici antipasti (di pesce, carne, verdure e formaggio), primi piatti, carne, pesce, l'Accademia offre l'ABC della cucina italiana, la cucina per i single, i crostacei, la cucina con le spezie e le erbe, il menu vegetariano, il finger food (sfizioso e da mangiare con le mani), l'arte di creare cioccolatini e pralineria, i piatti internazionali in Italia e la cucina con i fiori. Per ulteriori informazioni si può visitare il sito www.accademiadeltasto.ra.it ■



di Alberto Nico

Micro-vett di Imola, leader europeo nella costruzione di veicoli ecologici

Il cuore "elettrico" della motor valley

Veicoli elettrici. Quelli che, per intenderci, fanno fino a 200 chilometri con un "pieno" alla velocità di 120 chilometri all'ora, nel più assoluto silenzio tranne un leggero ronzio del propulsore e senza emettere un microgrammo di sostanza inquinante. Pulsa a Imola il "cuore" elettrico della motor valley emiliano-romagnola.

Qui, dal 1987, prosperano le attività hi tech di Micro-Vett, azienda di 35 dipendenti e leader europeo nella costruzione di veicoli elettrici.

Un'eco-rivoluzione, quella dell'auto elettrica, che ha fatto passi da gigante negli ultimi anni, complici le crisi energetiche e le emergenze ambientali della qualità dell'aria. "Siamo l'unica azienda italiana - spiega il presidente e fondatore dell'azienda imolese, Gaetano Di Gioia - che produce veicoli elettrici e ibridi in partnership con le più impor-

tanti case costruttrici automotive nazionali, come Fiat, Piaggio e Iveco. Nel nostro stabilimento - prosegue Di Gioia - arrivano i veicoli originari, che noi realizziamo in elettrico o in bimodale: installiamo cioè batterie e motore elettrico, oltre a tutti i sistemi di controllo per permettere al guidatore di scegliere il tipo di alimentazione, con la possibilità di effettuare la commutazione anche durante la marcia, in particolare sul Daily bimodale".

Il motore elettrico può essere installato assieme ai motori a benzina o diesel - "con funzioni motrici autonome e non di ausilio alla marcia come nei modelli commercializzati per esempio da Toyota", chiarisce il presidente - oppure può alimentare da solo il veicolo. Tutto il know-how - motore elettrico, adattamenti e omologazioni - è sempre originale Micro-Vett. "Il cuore della nostra gamma, che comunque è molto ampia e va dai quadricicli ai veicoli commerciali oltre i 60 quintali, sono i Fiorino e i Doblò a trazione elettrica pura, in grado di



stoccare fino a 43 kw di energia che consentono un'autonomia extraurbana di oltre 200 chilometri e velocità fino a 120 chilometri orari". Attualmente è stato risolto abbastanza efficacemente il nodo delle prestazioni comparative tra l'alimentazione elettrica e quella tradizionale. Resta soltanto l'inconveniente dei tempi di ricarica per i quali sono comunque in vista soluzioni innovative nel breve periodo: "Il tempo di ricarica dipende dalla potenza del caricabatterie: tuttavia sono già oggi sufficienti soltanto tre ore", spiega Di Gioia.

Le soluzioni proposte da Micro-Vett stanno via via guadagnando quote di mercato sul segmento dei veicoli commerciali e sulle flotte aziendali. Sono circa 750 i veicoli che ogni anno escono dallo stabilimento imolese, per soddisfare una domanda crescente di soluzioni economiche ed eco-compatibili per il trasporto merci e per gli spostamenti di operatori aziendali e professionali, mentre la richiesta da parte di privati cittadini "è percentualmente bassa, ma crescente". Tra i clienti della casa imolese nei veicoli da trasporto e logistica figurano centinaia di grandi e piccoli Comuni, sia italiani (quasi tutti quelli dell'Emilia-Romagna), che stranieri, oltre a decine e decine di aziende di trasporto pubblico e imprese pubbliche e private di grandi dimensioni per le flotte aziendali. A questa tipo-

A richiederli sono soprattutto imprese ed enti, ma cresce l'interesse da parte dei privati cittadini





A sinistra
la Sede dell'azienda di Imola
nelle altre immagini alcuni
mezzi realizzati.

logia di forniture si affiancano i mezzi per l'igiene urbana di altre decine di aziende di servizi pubblici locali. In totale, ad oggi, fanno 4.500 unità vendute.

Il veicolo elettrico, del resto, è ormai estremamente competitivo rispetto a quello ad alimentazione termica. Vediamo alcuni termini di paragone: le batterie, è vero, sono ancora pesanti (200 chilogrammi) e occupano spazio, ma le dimensioni

del motore elettrico sono più ridotte. I costi certamente sono superiori: per il bimodale intorno al 50-60% in più, mentre per l'elettrico arrivano a superare i 70 punti percentuali. "Ma il vantaggio è che i costi di gestione - prosegue di Gioia - scendono anche del 60%. Inoltre, l'efficienza energetica alla ruota prodotta dai motori termici è molto bassa: solo il 20% dell'energia generata serve per muoversi, tutto il resto si disperde sotto forma di calore. Ciò vuole dire che su 10 litri di combustibile ben otto si disperdono". Con l'alimentazione elettrica, invece, "l'efficienza marginale alla ruota è anche tripla rispetto al motore tradizionale, senza contare il fatto che il rifornimento avviene collegandosi alla rete dell'elettricità, che ha sistemi di produzione energetica molto più efficienti ed eco-sostenibili di quelli dei motori termici".

Che veicoli elettrici e bimodali siano già il presente della mobilità su quattro ruote è anche confermato dalle ultime performance delle vendite di Micro-Vett, che ha messo a segno nel 2007 un aumento di fatturato del 20%, attestandosi a quota 11 milioni di euro. "Ad oggi

- conclude di Gioia - vendiamo il 90% della nostra produzione sul mercato italiano, dove abbiamo il compito di consolidare la leadership rinforzando produzione e commercializzazione visto che le prospettive sono di ulteriore crescita. Ma stiamo già puntando a incrementare le esportazioni: abbiamo già venduto a Mosca, a Londra, in Francia. Prova ne è la nostra presenza a Ginevra, quest'anno, con Fiorino e Doblò Electric sviluppati assieme a Fiat. All'estero la domanda sta aumentando vistosamente, per esempio in Inghilterra, dove il trend di mercato è molto accelerato grazie all'introduzione di regole che penalizzano le auto inquinanti e fanno pagare gli accessi ai centri storici" ■



GLI OBIETTIVI

Un'innovazione che promette di colmare definitivamente il gap con i motori termici

Ricarica lenta? Arrivano le batterie agli ioni di litio

Se i veicoli elettrici sono ormai sempre più diffusi nel trasporto e nella logistica, manca soltanto un ultimo salto tecnologico per l'utilizzo di massa di questi mezzi. Il traguardo verso il quale è in corso una vera e propria competizione hi tech a livello mondiale è il miglioramento delle batterie. Ovvero, come rendere i tempi di ricarica comparabili con quelli dei motori termici.

L'innovazione si chiama "ioni di litio nanotech avanzati", e vede in pole position Micro-Vett in un testa a testa con i più importanti competitor mondiali. "Raggiungere un tempo di ricarica dell'ordine dei minuti - spiega Alberto Baldazzi di Micro-Vett, azienda sul mercato dell'elettrico da oltre vent'anni - sarà un vantaggio competitivo notevole, il punto di rottura dell'attuale distanza che separa il motore elettrico da quello termico. Noi stiamo già lavorando alle nuove batterie agli ioni di litio avanzati: la tec-

nologia è già pronta, siamo alla fase di test".

Infatti, sono già partite numerose collaborazioni tra l'azienda imolese e il centro ricerche Fiat, per la produzione di veicoli con serbatoi elettrici agli ioni di litio. La produzione attuale riguarda non solo i veicoli commerciali medi della casa torinese (Doblò e Fiorino), ma anche le utilitarie Panda e la Nuova 500 (per ora prototipi).

Inoltre, è in corso un progetto Micro-Vett elaborato per il fondo Industria 2015 di Pistorio e Bersani che prevede in futuro il superamento dei filobus nelle città, e la loro sostituzione con autobus elettrici dotati di batterie in grado di ricaricarsi con una sosta di appena dieci minuti. "Come quelle prodotte dall'americana Altair Nanotech, con la quale abbiamo in corso una partnership, che negli ultimi test ha ottenuto il 75% della carica completa in appena otto minuti", aggiunge Baldazzi. ■

di Michela Suglia



La sede Landi a Cavriago

Da piccola officina a leader mondiale nel settore dei combustibili alternativi

Renzo Landi, pioniere del risparmio energetico

Una passione quasi innata per i motori e gli esperimenti, e un'insolita lungimiranza verso un futuro che da lì a pochi anni sarebbe stato dominato dal boom delle auto e dall'ecologia. È racchiusa in queste doti la storia di Renzo Landi - classe 1922, nono di 10 figli in una famiglia

contadina - e della sua azienda che, fondata nel 1954 a Reggio Emilia, è oggi leader mondiale nel settore dei componenti e sistemi di alimentazione a gpl e metano per auto-trazione.

Un mercato che, inizialmente di nicchia, è oggi all'avanguardia e controllato per il 23% proprio dall'azienda reggiana.

La stessa che, soprattutto in Italia, è ormai un punto di riferimento per chiunque voglia trasformare la sua auto in gpl o metano o per chi ne acquisti una dal concessionario già attrezzata. Dal 2001 il gruppo industriale ha il suo quartier generale a Corte Tegge di Cavriago, a una decina di chilometri

da Reggio, e attualmente conta circa 180 dipendenti più quelli sparsi tra le sei filiali che ha in Europa (Olanda e Polonia) e nel mondo (Brasile, Cina, Pakistan, Iran) per un totale di 440 lavoratori.

Al timone Stefano Landi, figlio di Renzo che, rimasto orfano del padre a 19 anni (il fondatore è scomparso nel 1977), si è trovato a gestire l'azienda di famiglia insieme alla madre e dall'87 è amministratore delegato. Nel cda fino a qualche mese fa c'era anche la sorella mentre la madre, Giovannina Domenichini, è ancora al suo posto. È stata lei per anni a occuparsi dell'amministrazione e dei rapporti commerciali fin dall'inizio dell'avventura familiare. Era il 1954, e Renzo decise di mettersi in proprio dopo un'esperienza, cominciata a 17 anni, nella bottega del fratello Medardo che si occupava dei primi sistemi di alimentazione a metano, incentivati dalla scoperta del combustibile a Cortemaggiore, comune del piacentino, alla fine degli anni '40.

Nacquero così le Officine meccaniche Renzo Landi, che producevano miscelatori specifici per ogni tipo di

veicolo. Già allora nell'officina ricavata nell'ex stalla di casa Landi a Reggio, si seguiva tutto il processo dalla realizzazione del prototipo in legno al pezzo finale. Un lavoro non facile né 'di moda' per l'epoca. Eppure negli anni '60 cominciarono le prime esportazioni all'estero verso Giappone, Francia, Belgio, Olanda. Ed è curioso che già allora nei cataloghi in cui presentava l'azienda, Landi sottolineava vantaggi come il risparmio energetico o la riduzione degli inquinanti nonostante l'unica molla per l'acquisto di componenti a metano e gpl fosse il risparmio economico. Uno sguardo al futuro che non è mai mancato in casa Landi. Un esempio: dal 1995 i processi di progettazione, produzione, vendita e assistenza dei sistemi gpl e metano sono certificati Iso 9001. Sfide che, guardando ai numeri di oggi, hanno dato ragione al fondatore: il gruppo ha chiuso il 2007 con un fatturato di 164 milioni di euro, con un aumento del 18% rispetto all'anno precedente, molto di più se comparato ai 47 milioni del 2003. Merito anche dei processi di internazionalizzazione avviati con l'apertura

Fondata nel 1954, attualmente l'azienda reggiana controlla il 23% del mercato globale

di una filiale in Brasile, nel 2003, fino all'ultima inaugurata lo scorso anno a Teheran. Paesi apparentemente difficili e poco appetibili, in realtà tra i più interessanti nel settore. "Il Pakistan ad esempio - spiega Corrado Storchi, responsabile marketing dell'azienda - è il caso più eclatante di conversione auto sia per numeri sia per la riduzione di inquinanti. Li abbiamo coperto il 20% del parco mezzi circolanti con un milione e 650mila veicoli a metano e un calo delle emissioni stimato fra il 30 e il 40%". Stessa cosa per l'Iran che è il quinto mercato di auto a metano nel mondo, subito dopo l'Italia.

Altro salto di qualità fondamentale risale al 26 giugno 2007 quando la s.p.a. ha debuttato al segmento Star di Piazza Affari (quello dedicato alle Pmi con capitalizzazione non superiore a 1000 milioni di euro, che conta oggi oltre 70 società).

"Inevitabilmente la quotazione in Borsa ha segnato l'inizio di un'altra era - sottolinea Storchi - con la famiglia che continua a tenere il controllo della società ma una parte sul mercato". E il futuro? Al momento si prospetta roseo visto l'attuale trend, a netto vantaggio per il gas ecologico. "Basti pensare che nel 2006 il mercato si divideva fra un 70% di automobilisti che optavano per il passaggio a metano o gpl dopo uno o due anni dall'acquisto del mezzo, contro il 30% che

chiedeva la fornitura diretta alle case automobilistiche - osserva Storchi - ma dopo un anno la proporzione è passata a 50 e 50 a favore della seconda possibilità". Così sono cominciate le forniture dirette alle principali case automobilistiche (dalla Chevrolet all'Opel dalla Toyota alla Tata), oltre alla rete di rivenditori e officine autorizzate Landi Renzo estese in Italia dal 2004 (circa mille tra quelle certificate e autorizzate).

Ultima novità sul piano internazionale è l'appalto che il gruppo si è aggiudicato con il governo venezuelano di Chavez per la trasformazione e fornitura di sistemi di alimentazione a metano per le auto pubbliche e private del Paese. Un piano che, lanciato l'anno scorso, punta alla conversione di circa un milione di veicoli entro il 2012 per un valore complessivo di 12,2 milioni di euro e l'impegno a consegnare i kit di installazione entro la fine del 2008 ■



LA STRATEGIA

La partnership strategica con la General Motors Idrogeno, un traguardo possibile

Alla Renzo Landi il futuro si chiama idrogeno. Merito soprattutto della partnership strategica che, annunciata a fine 2007, l'azienda ha avviato con General Motors. Obiettivo: produrre prototipi e poi automobili alimentate a idrogeno. In sostanza il gruppo reggiano è stato scelto dal colosso americano come partner per sviluppare un componente mecatronico per il sistema "Fuel cell" che servirà soprattutto a fornire l'esatta quantità di idrogeno. "In questo modo potremo anticipare i tempi", sottolinea Storchi, ricordando che l'idrogeno non è un traguardo che richiede tempi molto lunghi: "Il vero problema - puntualizza - è la volontà politica di una scelta simile, con la speranza che la California faccia da traino e il resto del mondo possa seguirne l'esempio".

Ma tra le altre innovazioni già proposte dalla Landi sul mercato,

vanno citate la centralina autocalibrante e il sistema per la trasformazione dei motori a iniezione diretta. La prima si chiama "Omega Plus" ed è una centralina che, già collaudata sui motori convenzionali, ha il vantaggio di ridurre i tempi di messa a punto e garantire le prestazioni di guida e il rispetto delle emissioni, essendo basata sulla stima di un modello fisico del motore. L'altro sistema è l'effetto del recente aumento di vetture con motori a iniezione diretta sul mercato, per cui l'azienda ha deciso di scommettere anche sui mezzi con questo tipo di motori che ora possono beneficiare della conversione a Gpl e dei relativi vantaggi. Ciò è possibile grazie a un sofisticato software di controllo del motore che garantisce il rispetto dei parametri di funzionamento ottimali per l'alimentazione a benzina e contemporaneamente di massimizzare le prestazioni durante la marcia a gas ■

LA STRATEGIA

La "corporate university" nella sede di Cavriago Innovatori per professione

Dal 2 ottobre del 2006 la sede di Cavriago ospita anche la "Landi Renzo corporate university". Si tratta di una scuola aziendale di alto profilo creata per sviluppare i temi della ricerca e dell'innovazione tecnologica, del management e per diffondere la cultura eco-sostenibile organizzando o partecipando a convegni e conferenze nel settore. Non a caso, per la definizione delle strategie si affida a un comitato scientifico formato da personalità di rilievo del mondo della ricerca e dell'industria, tra cui l'ingegnere Nevio Di Giusto, ad del Centro ricerche Fiat.

Ma un altro obiettivo fondamentale dell'università è la formazione degli installatori. Lo scorso anno sono state circa 270 le officine che hanno partecipato a corsi tecnici per ottenere la certificazione Iso 9001. A ciò si aggiunge il Progetto campus che prevede stage per studenti universitari e di scuole superiori. Gli studenti partecipano attivamente ai processi aziendali lavorando su progetti specifici dai quali possono ricavare un bagaglio utile per costruire il proprio futuro professionale. Inoltre fra il 2009 e il 2010, sempre nel centro direzionale, nascerà il nuovo reparto Ricerche e sviluppo che sarà specializzato sull'idrogeno ■



Sopra,
la centralina
elettronica LC02
della Landi
e lo schema
di un impianto
a Gpl

Pubb

Strumenti innovativi per la crescita dell'impresa

In un mondo globalizzato e in mercati altamente competitivi è sempre più indispensabile, per gli operatori economici, poter contare su modalità formative adeguate

In un mondo dove le cose mutano velocemente, la domanda di competenze e qualifiche andrà sempre più aumentando nella maggior parte dei settori professionali, in ragione dello sviluppo crescente dei servizi e dei radicali cambiamenti tecnologici e organizzativi in atto.

L'economia mondiale è in costante evoluzione, proprio come le competenze necessarie nel mercato del lavoro. Se sono le persone la vera leva competitiva delle aziende, è nel fattore umano, nella loro capacità di crescere che si gioca la possibilità per l'impresa di reagire alle veloci trasformazioni del mercato, a condizione che la professionalità eccella in ogni ambito, qualunque sia la tipologia di rapporto che la identifica.

Secondo una recente analisi del Cedefop (Centro Europeo per lo sviluppo della formazione professionale), tra il 2006 ed

il 2015, l'Europa vedrà la creazione di 12,5 milioni di posti di lavoro al livello più elevato di qualifiche e 9,5 milioni di impieghi di livello intermedio (essenzialmente qualifiche professionali). Al contrario, i posti di lavoro destinati ai lavoratori poco qualificati diminuiranno di 8,5 milioni. Anche gli impieghi di manovalanza richiedono abilità sempre maggiori e gli operai qualificati avranno sempre più bisogno di un livello di formazione medio.

C'è quindi una necessità espressa dal mondo delle imprese di poter contare su modalità formative efficaci come leva competitiva, a cui cercano di rispondere sul territorio emiliano-romagnolo varie strutture specializzate che assolvono al compito di qualificare la professionalità delle persone con corsi e moduli didattici specifici.

CTC, appuntamenti internazionali per manager del futuro

Dopo aver concluso l'anno 2007 con i festeggiamenti per il ventesimo anniversario di attività, il CTC, il Centro di Formazione Manageriale e Gestione d'Impresa della Camera di Commercio di Bologna, ha iniziato il nuovo anno con un'offerta ricca di numerose iniziative formative. Anche quest'anno, ad esempio, avrà luogo il Programma Internazionale di Sviluppo delle Competenze Economiche e Manageriali, giunto alla settima edizione, ormai riconosciuto come un appuntamento unico, a livello nazionale, per confrontarsi con alcuni dei più noti e autorevoli trainer mondiali del management. Il catalogo delle attività formative propone, oltre a 248 corsi afferenti le aree tematiche trasversali ai settori economici, dal management alla qualità, dal marketing alla finanza, dalla comunicazione al commercio estero, 19 Executive Master, specifici progetti formativi destinati a coloro che ricoprono responsabilità direzionali o gestionali nei diversi processi aziendali. Ecco le novità: "Innanzitutto il Programma Homerus – sottolinea il direttore generale del CTC, Pier Sergio Caltabiano – un Executive Master in Formazione Emozionale che si propone di far comprendere dal punto di vista teorico e sperimentale i nessi profondi tra 'emozioni ed apprendimento', favorendo il riconoscimento e la gestione delle emozioni nei processi formativi e di gestione delle Risorse Umane. Attraverso metodologie innovative si porteranno i partecipanti a comprendere e usare, in ottica progettuale e secondo logiche 'di processo', modalità formative che utilizzano le narrazioni, ad esempio il cinema, la letteratura, la poesia, i format televisivi, oltre ai

linguaggi artistici, in particolare teatro, arti visive e musica". E' alla sua prima edizione anche il Programma Agorà in Marketing Strategico e Gestionale, che vedrà anche la trattazione di innovativi approcci alla comunicazione esterna quali: marketing tribale, lovemark, viral e guerrilla marketing. Rappresentano nuove proposte anche il Programma Eres, in Amministrazione e Controllo Aziendale e l'Aureus in Finanza Aziendale.

Sulla base della lunga esperienza al fianco delle realtà produttive, il CTC, convinto della necessità che la formazione, per costituire un vantaggio competitivo spendibile nel proprio mercato di riferimento, debba rispondere in modo specifico ai fabbisogni delle aziende, progetta e realizza, oltre ai percorsi interaziendali, anche interventi formativi ad hoc finalizzati allo sviluppo di specifici contenuti e competenze che vengono affrontati con particolare riferimento alle peculiarità dell'organizzazione committente.

Il direttore del Ctc,
Pier Sergio Caltabiano



Pubb

Delta 2, il delta che fa la differenza

Solida professionalità nella selezione e gestione delle risorse umane, tempestività ed efficienza al servizio delle imprese. Queste le credenziali sul mercato del lavoro e della formazione di Delta 2 S.p.A. struttura nata quale Società di Fornitura di Lavoro Temporaneo nel 2002 a Brescia, dall'esperienza pluriennale acquisita da un gruppo di imprenditori egiziani. In possesso di autorizzazione rilasciata dal Ministero del Lavoro e della Previdenza Sociale, Delta 2 S.p.A. è un'Agenzia per il Lavoro che esercita con successo le attività di somministrazione di lavoro sia a tempo determinato che indeterminato, di intermediazione tra domanda ed offerta, di ricerca e selezione del personale, di supporto alla ricollocazione professionale. Operando con profitto in Lombardia, Piemonte, Valle d'Aosta, Friuli Venezia Giulia, Campania, Delta 2 S.p.A. è presente anche in Emilia-Romagna, con la propria agenzia regionale di Cesena, collaborando con alcune delle più importanti aziende locali e nazionali.

"La dinamicità operativa- sottolinea Michele Funciello, responsabile commerciale della filiale di Cesena- coniugata con un software gestionale di nostra esclusiva elaborazione improntato alla massima semplicità nell'uso, consente la formazione di nuovo personale in un lasso di tempo molto breve, con la possibilità di completamento "on line" del percorso, garantendo alti standard qualitativi e nel contempo un fatturato conforme ai migliori indici di bilancio del settore".

Le figure professionali così formate sono presenti nelle agenzie di Delta 2, la quale ha maturato una profonda conoscenza

delle necessità del mondo imprenditoriale oltre che delle nuove realtà multiculturali dei lavoratori.

"L'attività di formazione di personale qualificato -aggiunge Funciello- si basa su solidi rapporti costruiti con le istituzioni e il territorio. In Italia tale attività si sviluppa sia con interventi mirati a rispondere ad esigenze proprie delle singole imprese, che promuovendo percorsi precursori nelle richieste di personale. Mentre l'attività di formazione estera, prevalentemente finanziata con fondi propri, opera direttamente nel paese di origine mediante un'attività sinergica che coinvolge scuole, università e laboratori professionali".

"Delta 2 S.p.A. - conclude Funciello - applica un codice di comportamento fondato su accordi istituzionali con realtà locali - quali Istituti Superiori, Associazioni di Settore -, al fine garantire ai candidati la verifica tecnica delle professionalità dichiarate, la serietà del percorso ed una formazione tecnico-specialistica adeguata. Prevede inoltre una solida informazione sui rischi per la sicurezza e la salute connessi alle attività produttive".

Nel 2005 Delta 2 S.p.A. per l'iniziativa imprenditoriale, sociale ed umanitaria è stata riconosciuta da parte del Sovrano Ordine Ospitaliero di San Giovanni di Gerusalemme, Knights of Malta - O.S.J., quale società di interesse del Sovrano Consesso ottenendo il privilegio di utilizzarne il logo.



Rigi, la persona al centro: ricerca, selezione e preparazione del personale

Sono sempre state le persone a determinare il successo in tutte le organizzazioni. In passato, erano sufficienti l'intuito, la sagacia dell'imprenditore, coadiuvato da fedelissimi ed esecutivi collaboratori, per appropriarsi di buone quote di mercato. Oggi, l'imprenditore deve essere supportato da risorse efficienti,

creative, flessibili, dinamiche, che abbiano delle conoscenze complementari, ma tutte orientate allo stesso obiettivo: Lavorare in Squadra. Frase che non è facile concretizzare nella realtà: per formare un gruppo è indispensabile infatti saper scegliere le persone.

Nella fase di selezione, è basilare focalizzare i tratti della personalità del soggetto: infatti è appurato che se le competenze tecniche si possono migliorare agevolmente, non è altrettanto facile per le caratteristiche personali.

Perché un gruppo possa operare in maniera sinergica, le persone che lo compongono, debbono essere interattive fra di loro.

La Rigi, specializzata nella Ricerca, Selezione e Formazione del Personale, ha fatto tesoro di questo dictat: "Mettere la persona giusta al posto giusto".

Fondata a Parma nel 1985 dalla dottoressa Rita Sinatra, il team

della Rigi ha sviluppato e messo a punto un'originale metodologia basata su colloqui mirati e test psicoattitudinali.

"Disponiamo di un ricchissimo data base costantemente aggiornato - sottolinea Rita Sinatra - arricchito oltre che da candidature "storiche", da nuovi profili tramite internet, stampa, ricerca diretta". L'attività è focalizzata su Personale qualificato, fino al livello di Alte posizioni Direttive ed abbraccia tutto il territorio nazionale, nei diversi settori merceologici: alimentare, metalmeccanico, farmaceutico, abbigliamento, servizi, Enti Pubblici.

"Non bisogna dimenticare - sostiene la dottoressa Sinatra - che una "squadra" per essere coesa ed efficiente deve possedere gli stessi valori e le stesse "conoscenze".

La Rigi, oltre a fornire consulenza sugli aspetti organizzativi, eroga quindi sia corsi interaziendali che progettati sulle specifiche esigenze della singola azienda "Taylor Made", relativamente a tematiche inerenti il comportamento e l'area commerciale: "Il ruolo del Capo", "La Motivazione", "Il lavoro di Gruppo", "La Comunicazione", "Le tecniche di Vendita" ed altri.

"La Rigi - conclude la dottoressa Sinatra - ha un suo motto: Controllare il Mercato con Uomini Vincenti".



Nella foto, Rita Sinatra ha fondato nel 1985 la Rigi a Parma



Pubb

Ifoa, progettare master europei a Venezia

Da gennaio 2008 IFOA, istituto di Formazione e Servizi delle Camere di Commercio, in partnership con Obiettivo Lavoro e Archidata, ha acquisito la gestione del Centro di Formazione in Europrogettazione di Venezia. La struttura, che ha sede sull'isola di San Servolo, è uno dei più prestigiosi e accreditati in Italia, nel campo della formazione di figure che professionalmente si occupano della stesura e gestione di progetti europei, nato nel 1999 per iniziativa della Fondazione Europelago e di AICCRE – sezione italiana del Consiglio dei Comuni e delle Regioni d'Europa – in collaborazione anche con Venice International University presso cui il Centro stesso ha sede.

Sono oltre 1500 le persone formate dal 1999 ad oggi attraverso un'attività didattica articolata in tre edizioni all'anno del Master in Europrogettazione diretto all'acquisizione di competenze, strumenti e metodologie appropriate per la redazione di programmi comunitari e in un corso annuale della Scuola di Europroject Management finalizzata alla conoscenza degli aspetti di gestione del partenariato e di rendicontazione dei progetti. L'offerta formativa si arricchisce poi, a partire dal 2008, di occasioni seminariali specifiche, mirate alla stesura di progetti rispondenti a precisi bandi europei.

Prossimamente il Centro ha in programma la XXVIIma edizione del Master in Europrogettazione che si svolgerà dal 20 al 24 ottobre 2008. In precedenza, da segnalare due corsi della Scuola di Europroject Management: il primo dal 16 al 20 giugno e un secondo dal 15 al 19 dicembre 2008;

È inoltre in fase di definizione un calendario di seminari di progettazione avanzata su vari programmi comunitari tra cui ENPI, IPA, VII Programma Quadro RST.

Il corpo docente comprende consulenti ed esperti altamente qualificati nella progettazione comunitaria che si avvalgono di una metodologia di didattica caratterizzata da un'impostazione assolutamente pragmatica ed orientata alla familiarizzazione con la dimensione operativa. Per tutte le informazioni e il calendario aggiornato dell'attività formativa si può consultare il sito www.europelago.it.

È possibile ricevere aggiornamenti e approfondimenti scrivendo all'indirizzo e-mail: centro.europrogettazione@univiu.org o telefonando al numero 041-2719566

Il management di Ifoa ha di recente registrato l'ingresso del nuovo presidente Aldo Ferrari, numero uno della Camera di commercio di Reggio Emilia. Nella foto, da sinistra, Aldo Ferrari, accanto all'amministratore delegato Giuseppe Pezzarossi



Galgano, il valore della formazione

Le metodologie formative Galgano sono improntate all'interattività, alla sperimentazione, all'esplorazione delle proprie convinzioni, capacità e limiti. "Quello che dobbiamo imparare lo dobbiamo imparare facendo": parole di Aristotele che, fra le numerose citazioni riportate nel Calendario Corsi 2008, sottolineano il valore della formazione Galgano caratterizzata da docenti che sono anche consulenti realizzatori, distinti per competenza, professionalità e concretezza.

La Formazione è strumento indispensabile per qualsiasi organizzazione, per generare e diffondere cultura, conoscenza, competenze e valori; in una prospettiva individuale, è un'occasione di crescita professionale, di motivazione, di arricchimento personale.

I contenuti del programma annuale della formazione Galgano affrontano 7 aree strategiche sviluppate in 121 titoli di percorsi formativi, ripetuti in diverse edizioni spalmate su 12 mesi: avere visione, eccellere, sviluppare e valorizzare le risorse umane, comunicare, gestire, migliorare la qualità, acquisire e fidelizzare clienti, ridurre i costi e migliorare i processi, saper innovare.

Sono 14 le aree tematiche: ridurre errori e difetti; gestire in modo efficace i progetti; migliorare la qualità percepita dal cliente; migliorare in modo drastico le prestazioni aziendali; implementare nuovi e potenti sistemi manageriali; ottimizzare organizzazioni e processi in tempi



GG
GALGANO formazione

rapidi; migliorare la comunicazione interna ed esterna; ridurre i costi d'acquisto migliorando la qualità dei fornitori; sviluppare in tempi rapidi nuovi prodotti e servizi; creare sistemi qualità che producono risultati; accrescere l'efficacia nel commerciale; produrre in modo eccellente; gestire e sviluppare le risorse umane; formare capi in grado di motivare e coinvolgere.

I seminari presentati a calendario, così come tutti gli altri corsi della Galgano Formazione, possono anche essere "disegnati su misura" e tenuti per il personale di una sola impresa, nell'azienda stessa o in altri luoghi prescelti.

I clienti della formazione Galgano, sia del settore privato che pubblico sono oltre 1300 l'anno. L'esperienza maturata "sul campo" con i progetti di consulenza viene così utilizzata per trasferire in aula conoscenze, anche molto innovative. Il know-how Galgano è costantemente aggiornato grazie a un elevato commitment e una fitta rete di interscambi con società e enti in Europa, Stati Uniti e Giappone.

Per maggiori informazioni:
tel.02-67073251-galileo@galganogroup.it
www.galganogroup.it

Dal 2005 Mariacristina Galgano è amministratore delegato del Gruppo. È ideatrice e curatrice del progetto "Sviluppo manageriale al femminile"

Pubb



Iniziativa Comunitaria Equal

IT-G2-EMI-0017 Az.2 rif. P.A. 2004-0347/Rer

Finanziata dal Ministero del Lavoro e della Previdenza Sociale

Direzione generale per le politiche per l'orientamento e la formazione

Approvato dalla Regione Emilia-Romagna con delibera

di Giunta regionale n. 903 del 13/06/2005



ACROSS THE DIGITAL DIVIDE

Il progetto Add+ Across The Digital Divide, realizzato da ECIPAR Emilia-Romagna, come soggetto referente e dai partner Alma Mater, Didacta Onlus, ECAP Emilia-Romagna, ENEA ed NPService, è partito nel luglio 2005 dalla volontà di sviluppare azioni capaci di favorire l'adattamento delle professionalità esistenti sui territori di riferimento.

Questo progetto Equal si è posto come obiettivo la realizzazione di una rete territoriale di formazione, informazione e servizi, volta a ridurre il divario tecnologico e digitale e a favorire l'inserimento e la riqualificazione lavorativa di donne e uomini con difficoltà di permanenza e accesso al lavoro. Il focus delle attività si è rivolto a lavoratrici e lavoratori con disabilità fisiche e/o sensoriali, immigrate/i, lavoratrici e lavoratori over 45, inoccupati, disoccupati ed occupati, in prevalenza nei territori di riferimento dei Comuni di Castel San Giovanni (PC), Sarmato (PC), Borgonuovo Val Tidone (PC), Pavullo (MO), Vergato (BO), Galeata (FC), San Giovanni in Marignano (RM). Questi territori, articolati in aree di piccoli comuni periferici e marginali, rappresentano un importante ambito di sperimentazione in quanto luoghi che vedono ridotto il loro potenziale competitivo. I lavoratori e le PMI che vi risiedono non beneficiano delle medesime opportunità di altri sistemi locali poiché hanno minore accesso ai circuiti della conoscenza. Inoltre è grave il ritardo accumulato nell'uso delle ICT a supporto della formazione aziendale e territoriale. A ciò si aggiunga la difficoltà di integrazione, organizzativa e tecnologica, delle molte differenze presenti sul mercato del lavoro legate alla provenienza, alla disabilità, all'età, ai diversi livelli di istruzione: in queste condizioni la presenza di tecnologie facilitanti è fondamentale per l'inserimento lavorativo.

Attraverso il portale www.add.ecipar.it il progetto ha fornito a più di 200 utenti la possibilità di frequentare percorsi di orientamento e formazione a distanza in campi quali, ad esempio: informatica, sicurezza sul lavoro, ambiente, gestione d'impresa.

La sperimentazione si è portata avanti attraverso le ALI, Agenzie Locali per l'apprendimento e l'Innovazione, luoghi di creazione ed amministrazione di una rete di comunicazione, dove le tutor locali hanno svolto un ruolo chiave nell'attivazione e gestione dei processi finalizzati all'erogazione del servizio e all'animazione dei contesti locali, perseguita attraverso il coinvolgimento attivo di tutti i principali portatori di interesse, mantenendo un confronto aperto ed una condivisione chiara degli obiettivi. La relazione forte con il territorio ha permesso di realizzare delle esperienze di stage pres-

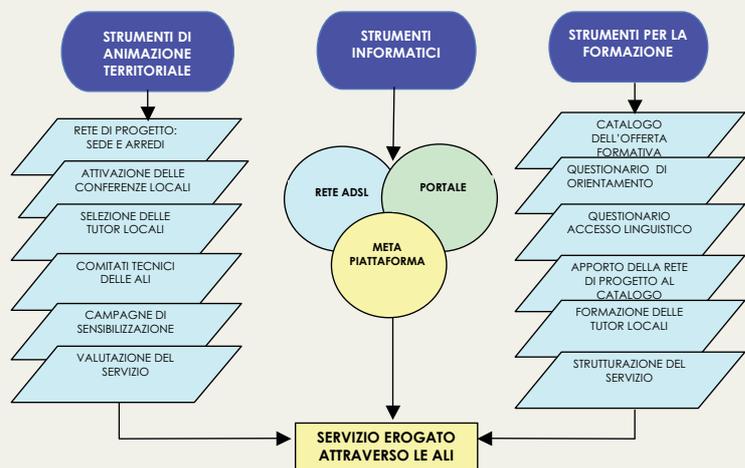
so enti locali, associazioni e aziende del territorio per mettere in pratica quanto appreso dalle e dagli utenti durante la formazione a distanza.

Questi percorsi di stage sono un ulteriore esempio dell'importanza della capacità di mettere in rete tutti gli attori locali di gestione e sviluppo del territorio e di formare/individuare risorse capaci di muoversi come animatori locali. L'approccio della progettazione, realizzazione ed erogazione della formazione e del servizio delle ALI in termini metodologici e organizzativi, pensato per conciliarsi con utenze speciali quali disabili, immigrati, over 45, specialmente donne, è stato riconosciuto come particolarmente innovativo ed efficace anche nel corso della tavola rotonda svoltasi il 27 marzo 2008 a cui hanno partecipato diversi esponenti degli enti locali, sia provinciali che comunali, delineando possibili scenari di sviluppo delle potenzialità offerte dalle nuove tecnologie informatiche sia in termini metodologici che organizzativi.

Nel corso del convegno conclusivo del progetto ADD+, inoltre, si sono presentati i risultati delle attività e durante le sessioni di lavoro della mattinata si sono messe a fuoco le buone prassi emerse dai percorsi della sperimentazione nelle differenti realtà coinvolte.

L'esperienza può essere trasferita in contesti diversi, in particolare in quelli ove le barriere geografiche pongono ostacoli alla diffusione delle ICT e, contemporaneamente, all'accesso alla formazione erogata attraverso canali tradizionali.

Sinteticamente, l'importanza delle sperimentazioni attuate è da rintracciarsi nel tentativo di avviare la costruzione di una learning region orientata all'inclusione e alle differenze.



Dinamica, un'offerta completa per il comparto agroambientale

Dinamica è una società consortile votata alla formazione professionale specializzata nel comparto agroalimentare e ambientale. Raccoglie l'esperienza di sette centri operanti da diversi anni in Emilia-Romagna: CSA di Bologna, Agriform Bologna, Agriform Reggio-Emilia, Geos Formazione, New Agriform Romagna, IRFATA di Modena e IRFATA di Piacenza. Ha la sua sede a Bologna e sei unità operative a Piacenza, Reggio-Emilia, Modena, Ferrara, Forlì e Ravenna. I soci sono due strutture che si occupano di ricerca, CRPA e CRPV, e le tre maggiori Organizzazioni Professionali Agricole: CIA, Coldiretti e Confagricoltura dell'Emilia-Romagna. "L'obiettivo che si sono posti i soci quando nel 2007 hanno dato vita a Dinamica - dice la presidente Donata Cavazza - è ambizioso: creare una struttura specializzata per la formazione agroalimentare con una dimensione idonea a renderla competitiva, credibile negli interventi e gestita in modo da coniugare la formazione con la divulgazione dei risultati della ricerca e della sperimentazione".

A sei mesi dalla sua nascita Dinamica può già vantare una offerta significativa di attività: più di quaranta proposte per corsi (chiamati contratti) sul Catalogo Verde regionale a cui agli agricoltori e i dipendenti agricoli possono accedere con il

contributo del Piano di sviluppo rurale; corsi obbligatori per le normative sulla sicurezza del lavoro, per l'acquisto e l'utilizzo di presidi fitosanitari, per il benessere degli animali durante i trasporti, per l'abilitazione alla gestione di agriturismi disponibili in tutta la regione; iniziative diverse per il mondo agricolo (fecondatori laici, addetti agli spacci aziendali, addetti alle lavorazioni lattiero casearie, potatori), ma anche per addetti al verde pubblico e privato (potatori, addetti alle funi) e ai settori emergenti dello sport e del volontariato (caccia, selezionatori, pesca...)

L'ambizione e l'impegno sono quelli di completare in breve tempo l'offerta con prodotti specifici per imprese e associazioni, di innalzare il livello degli interventi raccogliendo la parte migliore delle esperienze dei centri di origine. Ulteriori informazioni possono essere richieste scrivendo all'indirizzo email info@dinamica-fp.it o tratte dal sito www.dinamica-fp.it



Sopra, il logo di Dinamica

FINANZA D'IMPRESA

a cura di:



Il valore aggiunto della certificazione di qualità

È consueto, in azienda, sentir parlare della certificazione di qualità Iso 9001 come di un fardello di burocrazia che si aggiunge al normale svolgimento delle attività, allo scopo di mantenere acceso il famigerato "bollino". Proviamo, invece, a mettere in evidenza quali sono gli apporti di valore aggiunto che un'impresa può ottenere al suo interno durante il percorso di certificazione ed il suo mantenimento. I principi ispiratori di un sistema di gestione per la qualità sono illustrati nella norma Iso 9000 (edizione 2005): orientamento al cliente, leadership, coinvolgimento delle persone, approccio per processi, approccio sistemico alla gestione, miglioramento continuo, decisioni basate su dati di fatto, rapporti di reciproco beneficio con i fornitori. La norma vuole esplicitamente orientare la cultura aziendale a "soddisfare i requisiti del cliente e mirare a superare le loro stesse aspettative", ma già da questi titoli si vede come molto del lavoro di analisi e miglioramento sia rivolto all'interno della struttura. Leadership e coinvolgimento delle persone sono una componente essenziale della vita aziendale: per chi crede che l'azienda sia fatta anche (solo?) di persone, il coinvolgimento delle risorse umane agli obiettivi dell'organizzazione è un indiscutibile parametro di successo. L'approccio della norma, che spinge ad esaminare le competenze tecniche (e comportamentali) di ciascun ruolo per poi "confrontare" ciascuna risorsa con queste figure ideali permette di mirare la formazione, programmandone il risultato e di valutarne l'efficacia. Vedere poi ciò che succede in azienda come un insieme di processi (con un obiettivo, un inizio, un percorso, un risultato finale e alcuni indicatori) offre dei vantaggi.

Un metodo di lavoro ripetibile ed efficace, in cui i vari processi sono ben integrati si può definire un ottimo approccio sistemico alla gestione. Le decisioni efficaci si basano sempre sull'analisi di informazioni. Meno ovvia è la scelta di quali analisi effettuare: i sistemi di monitoraggio sono la vera chiave delle decisioni. In questo è di particolare aiuto conoscere quali strumenti di controllo sono a disposizione. Ripercorrendo i principi ispiratori della norma Iso 9000 si scopre che l'obiettivo finale dell'analisi che porta alla certificazione di qualità è il sogno di ogni amministratore: avere un cruscotto con pochi significativi quadranti che indichino in ogni momento se la rotta è giusta, se il carburante è sufficiente, e se all'orizzonte non ci sono ostacoli da evitare; una plancia con segnali di allarme ben piazzati sulle parti importanti, ed un buon equipaggio preparato durante la navigazione tranquilla e pronto ad intervenire in caso di difficoltà. Nell'ottica del miglioramento continuo le norme Iso 9000 vogliono abituare l'impresa ad un evento organizzativo fondamentale: l'abitudine a dimostrare il lavoro fatto in caso di ispezione, sia da parte di personale interno che di un ispettore esterno. L'abitudine a rendere conto del proprio operato, e tenere traccia dei percorsi, dei contatti, degli accordi, toglie spazio ad estemporaneità nelle scelte, e premia il metodo e la sistematicità dei processi decisionali, creando l'abitudine ad essere valutati a fronte di regole comuni e standard precisi.

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



Notizie dall'Unione Europea

AIUTREGOLAMENTO REACH: ADEMPIMENTI DI REGISTRAZIONE

Circa 30.000 sostanze chimiche attualmente in uso in Europa dovranno essere pre-registrate presso l'Agenzia Europea per le sostanze chimiche (ECHA) tra il primo giugno e il primo dicembre 2008. Secondo il regolamento REACH (Registrazione, Valutazione, Autorizzazione e Restrizioni delle sostanze chimiche) la pre-registrazione è necessaria per continuare a produrre, importare o usare sostanze chimiche.

Molte imprese non strettamente appartenenti al settore chimico non sono a conoscenza dei loro potenziali obblighi derivanti dall'attuazione del regolamento. Per colmare questo gap informativo la Commissione Europea, l'Agenzia ECHA e i Desk nazionali stanno promuovendo campagne sul territorio affinché le imprese prendano coscienza degli adempimenti da compiere.

In Italia l'Helpdesk REACH del Ministero dello Sviluppo Economico, in collaborazione con l'IPI, ha avviato un ciclo di Workshop al fine di informare le imprese sui prossimi adempimenti previsti a cui seguiranno una serie di Seminari Formativi di approfondimento. La partecipazione è gratuita ma soggetta ad iscrizione.

Rif.: <http://www.helpdesk-reach.it>

Normativa comunitaria

RIESAME DELLA LEGISLAZIONE DELLE ALIQUOTE IVA

La Commissione europea, DG TAXUD, ha lanciato una consultazione pubblica riguardante la revisione della legislazione attuale sulle aliquote ridotte IVA (le regole in vigore sono un'aliquota standard di almeno il 15% e due aliquote ridotte facoltative di almeno il 5% applicabili ad un elenco limitato di beni e servizi). Tale consultazione comprende il "progetto pilota" sulle aliquote IVA ridotte per servizi che utilizzano un alto coefficiente di manodopera, applicato attualmente in 18 Stati e che si concluderà nel 2010.

I risultati di questa consultazione, che si chiuderà il 12 maggio, avranno un'importante influenza sulla decisione di prolungare o cancellare dopo il 2010 le aliquote

ridotte IVA. La consultazione è volta innanzitutto, ad ottenere il parere del pubblico e delle imprese su questa prima proposta e si concentra essenzialmente sulle aliquote ridotte per i servizi forniti localmente, in particolare i quelli ad alto coefficiente di manodopera, di ristorazione e nel settore abitativo. In tale ambito, gli obiettivi generali perseguiti, riguardano la crescita economica e l'occupazione sostenibili nonché il buon funzionamento del mercato interno.

Rif.: http://ec.europa.eu/taxation_customs/article_4850_en.htm

ADOZIONE DEFINITIVA DELLA DIRETTIVA SULLA QUALITA' DELL'ARIA

Il testo adottato lo scorso 14 aprile istituisce standard che permetteranno di ridurre la concentrazione delle particelle sottili, considerate tra gli inquinanti più pericolosi per la salute umana assieme alle particelle più "grosse" note come PM10, già regolamentate da altre normative, e fissa le date per la loro applicazione. La nuova direttiva è una delle misure principali proposte nella strategia tematica sull'inquinamento atmosferico adottata dalla Commissione nel settembre 2005. Lo strumento istituisce per il 2020 obiettivi ambiziosi per migliorare, in maniera economicamente efficace, la qualità dell'ambiente e la salute umana.

La direttiva sarà pubblicata nella Gazzetta ufficiale dell'Unione europea nel maggio 2008, corredata di una dichiarazione della Commissione sui risultati ottenuti nell'elaborazione e adozione di altri provvedimenti destinati a contenere le emissioni provenienti da varie fonti.

Rif.: <http://europa.eu/rapid/pressReleasesAction.do?reference=IP/08/570>

Bandi comunitari e appuntamenti

CIP - ICT POLICY SUPPORT

Sarà pubblicato il 29 aprile 2008, con scadenza fissata al 9 settembre prossimo, il secondo bando nell'ambito del Programma Quadro per la Competitività e l'Innovazione, in supporto alla politica in materia di ICT. La valutazione delle candidature avverrà agli inizi di ottobre, mentre i risultati saranno comunicati intorno a novembre 2008, contestualmente all'avvio delle negoziazioni. Al momento è disponibile la bozza del "Work Programme 2008".

Rif.: http://ec.europa.eu/information_society/activities/ict_psp/index_en.htm

Finanziamenti alle imprese

PSR: PUBBLICATI I PRIMI BANDI

Le Province, sulla base delle indicazioni regionali, hanno emesso i bandi che dal 2 aprile 2008 danno la possibilità alle aziende agricole di presentare le domande di finanziamento per i contributi necessari: all'ammodernamento delle strutture produttive, alla consulenza e formazione professionale e per incentivare l'insediamento dei giovani agricoltori. Il Piano regionale di Sviluppo Rurale è il principale strumento che l'Emilia-Romagna ha a disposizione per affiancare le imprese agricole e alimentari nella sfida del mercato globale. La disponibilità di finanziamenti per le aziende agricole, gestiti con i bandi delle Province, è per il 2008 di 150 milioni di euro complessivi. La parte più importante del budget, circa i 2/3 del totale, sarà riservata per le domande presentate dal 22 aprile al 31 luglio 2008.

Rif.: http://www.ermesagricoltura.it/wcm/ermesagricoltura/news/2008/04/02_ASS_psr.htm

AL VIA IL II BANDO INDUSTRIA 2015

Il 10 aprile è stato firmato il III bando Industria 2015 nell'ambito del Progetto di innovazione industriale (PII) Nuove tecnologie per il made in Italy per 190 milioni di euro, di cui 25 milioni a disposizione esclusivamente delle piccole e micro imprese. Obiettivo, favorire programmi finalizzati allo sviluppo di prodotti, processi e/o servizi caratterizzati da un elevato livello di innovazione tecnologica e organizzativa e da un impatto di sistema e/o filiera. Entro 90 giorni dalla pubblicazione del bando nella Gazzetta Ufficiale, le imprese possono presentare in forma telematica le proposte progettuali. Ciascun programma deve essere realizzato insieme da imprese e centri di ricerca e deve comportare una spesa complessiva minima pari ad almeno 7 milioni di euro. Qualunque sia l'investimento proposto, il contributo pubblico ottenibile non può superare i 10 milioni di euro. Per andare incontro alle esigenze di flessibilità operativa delle piccole e micro imprese, è previsto l'accesso a una riserva ad hoc di 25 milioni di euro per i programmi di piccola taglia (con spesa in ricerca, sviluppo e innovazione compresa tra i 3 e i 7 milioni di euro).

Rif.: <http://www.industria2015.ipi.it/>



CONCESSIONE CONTRIBUTI PER LA REALIZZAZIONE DI PROGETTI SPECIALI

Possono presentare progetti speciali (art. 10 della LR n. 20 del 16 maggio 1994) per la realizzazione degli interventi e conseguentemente essere beneficiari del contributo regionale le Associazioni di categoria degli artigiani maggiormente rappresentative con strutture presenti e operanti a livello provinciale, enti locali e privati, Camere di commercio, imprese e società a capitale misto pubblico e privato, Consorzi, Università, Centri di ricerca e Fondazioni.

Sono ammissibili al contributo regionale i Progetti speciali diretti: 1) alla qualificazione, sviluppo e innovazione delle imprese in particolari settori o in specifici ambiti territoriali; 2) alla realizzazione di progetti pilota di recupero e valorizzazione di attività, di lavorazioni tipiche, artistiche, tradizionali tesi al miglioramento del livello di sicurezza, di innovatività, di competitività, di eco sostenibilità e di opportunità di mercato delle imprese e dei sistemi territoriali. 3) ad

agevolare l'adeguamento delle imprese alle normative o agli indirizzi generali tesi alla salvaguardia dell'ambiente e della salute.

Verrà data priorità ai progetti presentati a favore di settori investiti da processi di ristrutturazione e riconversione produttiva o di aree svantaggiate.

Le domande devono essere presentate, mediante raccomandata con avviso di ricevimento, entro il 31 luglio di ogni anno alla Direzione Generale Attività Produttive, Commercio, Turismo.

Rif.: www.ermesimprese.it/wcm/ermesimprese/finanziamenti/artigiani/art_10_l_r_20_94.htm

PROGRAMMA DI COOPERAZIONE TRANSNAZIONALE SUD EST EUROPA

Saranno pubblicati a breve i primi bandi del Programma Sud Est Europa rientrante nell'ambito dei programmi europei dell'Obiettivo Cooperazione Territoriale (Fondi Strutturali 2007-2013). Obiettivo generale del programma è favorire l'integrazione ed uno sviluppo territoriale equili-

brato dell'area di cooperazione, concentrando le risorse su un numero limitato di priorità coerenti con gli obiettivi della Strategia di Lisbona e Göteborg: Innovazione, Ambiente, Accessibilità e Sviluppo Urbano Sostenibile. L'area geografica cui si rivolge il programma è costituita da regioni di 8 Stati Membri (Austria, Bulgaria, Grecia, Italia, Romania, Slovacchia, Slovenia, Ungheria), di 4 Stati Candidati Potenziali (Albania, Bosnia-Herzegovina, Montenegro, Serbia), di 2 Stati Candidati effettivi all'ingresso nell'UE (Croazia e Macedonia), e da 2 Stati Terzi coinvolti nella Politica di Vicinato dell'UE (Repubblica di Moldova e Ucraina). Il programma ha una dotazione finanziaria complessiva pari a 245 milioni, a cui si aggiungeranno risorse IPA e ENPI. Possono presentare proposte autorità pubbliche nazionali, regionali e locali, enti pubblici equivalenti e istituzioni private. La Regione Emilia-Romagna presiede il Comitato Nazionale di Coordinamento e svolge le funzioni di National Contact Point.

Rif.: <http://www.fondieuropei2007-2013.it/sezioni/scheda.asp?id=12>

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

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

Pubb

Pubb