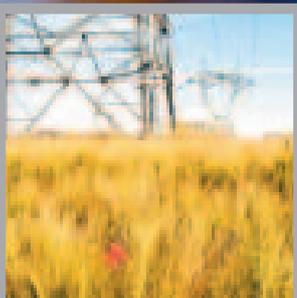


ECONERRE

NOVEMBRE
2007

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

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



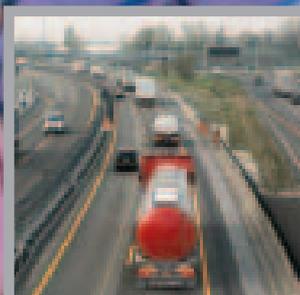
Primo piano

Pronti ad affrontare
le sfide dell'energia



Emilia-Romagna 2013

Dopo il via libera della Commissione Ue entrano nel vivo i Programmi regionali di attuazione del Fondo sociale europeo e del Fondo europeo di sviluppo regionale



Inchiesta

Campioni d'Italia
per libertà economica

Finanza

Operazione Borsa
Tutti a Piazza Affari

Settori

Meccatronica, vince
il modello emiliano

Infrastrutture

Passante Nord
Qualcosa si muove

Pubb

Business e istituzioni Il ruolo camerale

*Continua l'azione delle Camere di commercio
per la semplificazione amministrativa*



* Presidente
Unioncamere Emilia-Romagna

di Andrea Zanlari*

Le Camere di commercio, Pubblica amministrazione dotata di autonomia funzionale, sono chiamate a promuovere iniziative per elevare la competitività del sistema economico, rivolto al sistema delle imprese. C'è una responsabilità istituzionale degli enti camerali nei confronti della business community. Il nostro impegno in questo senso, è volto a contribuire a dare concretezza alla semplificazione amministrativa. Vi sono alcuni esempi concreti del lavoro portato avanti fino ad oggi e proiettato al futuro.

Il Registro delle imprese, che si avvia al dodicesimo anno di vita da quando è divenuto operativo attuando la legge di riforma delle Camere di commercio, si è rivelato uno sistema organico di pubblicità per le imprese, insostituibile per il buon funzionamento dell'economia, in grado di fornire informazioni trasparenti, complete e veloci.

Si è evoluto infatti in "Registro telematico" in grado di assicurare un'efficace semplificazione amministrativa, tramite i collegamenti via web che consentono all'impresa di colloquiare direttamente dalla propria sede con la Camera di commercio. L'informatizzazione, che ha avuto come primo risultato l'accessibilità in tempo reale di ogni dato, ha permesso di semplificare le procedure con un conseguente ed evidente risparmio per le aziende.

Una svolta sulla via della semplificazione, è attesa con la "comunicazione unica", prevista dalla legge "Bersani-bis". Secondo le indicazioni di questa normativa, il Registro delle Imprese faciliterà il percorso per l'avvio delle attività economiche. Le imprese potranno infatti assolvere gli adempimenti dichiarativi verso Registro delle imprese, Inps, Inail e Agenzia delle entrate, mediante la

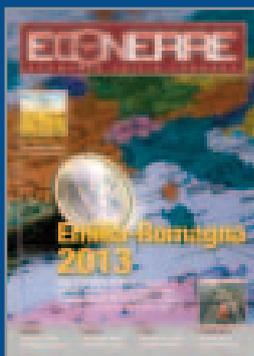
presentazione di un modello informatico unificato. Il decreto di attuazione prevede che le imprese siano dotate di una casella di posta elettronica certificata, cui indirizzare tutte le comunicazioni provenienti dalle amministrazioni pubbliche. La firma digitale e la posta elettronica certificata sono previste per tutte le imprese. Le nuove procedure saranno obbligatorie per la sottoscrizione e la trasmissione telematica di tutti i documenti, direttamente o attraverso intermediari.

Le imprese e i professionisti italiani hanno già oggi a disposizione gli strumenti tecnologici che consentono loro di rendere effettivi i benefici previsti dalle nuove normative, grazie all'impegno che il sistema camerale sta approfondendo da anni in questo senso per preparare e favorire l'attuazione di nuove normative che traggano il massimo vantaggio dalle tecnologie digitali.

Ad oggi le Camere di commercio hanno distribuito gratuitamente a tutte le società italiane circa due milioni di smart card che contengono i certificati di firma digitale e i certificati CNS, gli strumenti necessari avviare il nuovo regime dal 2008 quando nel corso dell'anno, diventeranno operative alcune leggi che mirano a semplificare i rapporti con le Pubbliche amministrazioni attraverso la digitalizzazione delle procedure richieste alle imprese. L'ultima recente novità che andrà a semplificare ulteriormente il dialogo tra impresa e Camere di commercio, rispetto agli attuali dispositivi di firma digitale e agli strumenti di autenticazione sicura e servizi web di e-government fino ad oggi distribuiti è la business key, un innovativo dispositivo di firma elettronica "portabile" e pronto per l'uso, senza necessità di alcuna installazione, che apre al mondo delle imprese le porte della burocrazia. Un apposito strumento che aiuterà un processo inevitabile per le imprese: abbandonare la carta per passare al formato digitale ■

**Registro telematico,
comunicazione unica
firma digitale:
ecco gli strumenti
più efficaci**

Pubb



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

Anno XIII - n. 11
Novembre 2007
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 Andrea Samaritani
Meridiana Immagini

SOMMARIO

1 EDITORIALI

Business e istituzioni
Il ruolo camerale

DI ANDREA ZANLARI

4 IN BREVE

6 VANNO E VENGONO

8 PRIMO PIANO

L'energia la Regione
ha il nuovo piano

DI SILVIA SARACINO

12 SCENARI

Por-Fse 2007-2013
Arriva il sì dell'Ue

DI GAIA TORZINI

14 Ricerca e innovazione per la competitività

DI THOMAS FOSCHINI

16 Regione in prima linea contro il digital divide

DI NICOLETTA CANAZZA

18 INCHIESTA

Campioni d'Italia
per libertà economica

DI STEFANIA MANGIA

21 Operazione Borsa Tutti a Piazza Affari

DI ALBERTO NICO

24 Fondi di categoria L'esempio del Foncer

DI ROSSELLA PRESSI

26 EVENTI

Il turista del futuro
viaggia sul web

DI GIUSEPPE SANGIORGI

28 EXPORT

Un ponte verso
l'America Latina

DI GIUSEPPE SANGIORGI

30 INDAGINE

La crescita continua
Parola di Trender

DI THOMAS FOSCHINI

QUADERNI&DOCUMENTI

Subfornitura 2007

31 SETTORI

Emilia-Romagna
patria di Archimede

DI ENRICO VINCENZI

34 Meccatronica, vince il modello emiliano

DI THOMAS FOSCHINI

37 ENERGIA

Le nuove frontiere
della cogenerazione

DI ROSSELLA PRESSI

40 FOCUS

Arriva il "Porta a porta"
L'ambiente ringrazia

DI VERONICA DE CAPOA

43 INNOVAZIONE

Biorepair, il dentifricio
che ripara lo smalto

DI MICHELA SUGLIA

44 INFRASTRUTTURE

Passante Nord
Qualcosa si muove

DI GIUSEPPE SANGIORGI

45 CINQUE DOMANDE

a Gian Carlo Sangalli

DI GIUSEPPE SANGIORGI

46 STORIE

Da semplici edicolanti
a colosso della figurina

DI MICHELA SUGLIA

48 AZIENDA

LB, più tecnologia
per battere i cinesi

50 Benessere "alla spina" La proposta di Bluigea

DI ANTONELLA CARDONE

53 SPECIALE INFORMATICA

INSERTO PUBBLICITÀZIONALE

59 FLASH EUROPA

a cura di LAURA BERTELLA

■ **Vini**

Romagna e Beaujolais a Singapore

Le Camere di commercio di Forlì-Cesena, e Ravenna (con la sua Azienda Speciale SIDI Eurosportello), assieme al GAL – L'altra Romagna, hanno partecipato all'evento fieristico Wine for Asia a Singapore. I vini di Romagna di sei aziende sono stati proposti in uno stand condiviso con quelli francesi del Beaujolais, mettendo a frutto una collaborazione che da tempo vede i due territori lavorare in sinergia per la promozione.

La missione si è inserita quindi in un progetto di cooperazione, attraverso il Gal Beaujolais Vert, con i produttori di vini francesi maggiormente conosciuti a Singapore per entrare in contatto con i loro distributori e proporre un prodotto relativamente nuovo quale il Sangiovese. Il binomio Italia-Francia ha rafforzato l'interesse dei visitatori verso lo stand condiviso, con benefici reciproci in termini di immagine.

L'assessore regionale alle Attività produttive **Duccio Campagnoli** con il rettore dell'università di Tongji, **Pei Gang**



Secondo corso di formazione per giovani laureati Emilia-Romagna a Shanghai La "sede" nell'ateneo di Tongji

L'Università di Tongji sarà la nuova sede del centro di presenza della Regione Emilia-Romagna a Shanghai. L'assessore regionale alle Attività produttive Duccio Campagnoli ha firmato un protocollo con il rettore dell'Università di Tongji Pei Gang per l'avvio di un secondo corso di formazione rivolto a giovani laureati cinesi. Tongji è la principale università cinese,

che vede la presenza dei politecnici di Milano, Torino e ora dell'Università di Bologna. Il corso, in programma ad aprile 2008, si rivolge a studenti cinesi di economia e ingegneria dell'università di Tongji, interessati a conoscere e sviluppare opportunità lavorative, o che già collaborano con imprese emiliano-romagnole con branche commerciali o uffici di rappresentanza in Cina. A tenere le lezioni, in inglese, docenti italiani dell'università di Bologna, che possono contare sul coinvolgimento delle imprese emiliano-romagnole più significative tra le ormai oltre 70 insediate nell'area di Shanghai. Qui è concentrato al 70-80% lo sviluppo dei rapporti economici e produttivi tra l'Italia – Emilia-Romagna in primis – e la Cina. Sempre in Cina, l'università di Ferrara si è recata in missione con Provincia e Camera di commercio per stringere relazioni economiche nel Guangdong, una delle aree più dinamiche del Paese.

A Plovdiv tecnologie e beni d'investimento Piacenza verso i Balcani

Cercano nuovi orizzonti commerciali una ventina di aziende piacentine operanti in diversi settori, che hanno partecipato alla fiera internazionale nella città di Plovdiv, l'evento più importante nel settore delle tecnologie e dei beni di investimento nell'area Balcanica che si tiene in Bulgaria. L'iniziativa è stata pilotata dal CEPI – Consorzio Esportatori Piacentini – in collaborazione con la Camera di commercio locale. Lo stand piacentino è stato visitato da un pubblico formato non solo da operatori bulgari, ma anche da visitatori provenienti dall'intera area, dalla Macedonia alla Serbia dalla Romania alla Turchia e alla Grecia. La delegazione ha rilevato come i contatti migliori siano stati nei comparti della meccanica, della raccorderia, della chimica e dell'edilizia, tutti settori di primo piano per il sistema produttivo regionale.

■ **MODENA**
PROGETTO BENELUX AL TRAGUARDO

Un gruppo di 10 buyer del settore agro-alimentare provenienti da Belgio, Lussemburgo e Olanda ha realizzato circa 200 incontri di affari, articolati in quattro sessioni, con una ottantina di aziende emiliano-romagnole al forum Monzani di Modena. È stata la fase finale del progetto "Benelux", promosso dalle Camere di commercio di Modena (capofila

con l'azienda speciale Promec), Ferrara, Parma, Reggio Emilia, Piacenza, Forlì-Cesena e Ravenna (con Sidi Eurosportello), con Unioncamere Emilia-Romagna.



■ **RAVENNA**
IN VISITA OPERATORI DI TAIWAN

Una delegazione di Taiwan è stata in visita a Ravenna. Dopo un incontro pubblico in Camera di commercio per presentare il paese Taiwan e incentivare la cooperazione e gli scambi

commerciali tra imprese romagnole e taiwanesi, si sono svolte alcune visite ad aziende del territorio. L'iniziativa è stata organizzata dall'Azienda Speciale SIDI-Eurosportello dell'ente camerale in collaborazione con Api Ravenna e la Divisione Economica dell'Ufficio di Rappresentanza italiano del paese asiatico.

■ **REGGIO EMILIA**
GRUPPO ARTONI, A CAORSO LA NUOVA FILIALE

Il presidente della Artoni Trasporti di Guastalla, Luigi Artoni e la figlia Anna Maria (presidente Confindustria Emilia-Romagna) hanno inaugurato a Caorso nel piacentino la nuova filiale operativa. Un investimento da 5 milioni per un punto di smistamento dedicato alle aree di Piacenza e Cremona che l'azienda reggiana ha voluto creare per soddisfare al meglio l'area Padana.

Artoni, che nel 2006 ha fatturato 177 milioni di euro, si avvia a chiudere il 2007 con risultati importanti (oltre i 200 milioni) e con molte novità legate a Artoni Logistica, alla Frigomar nel porto di Trieste e a progetti di espansione in Italia orientati verso una maggiore presenza anche nell'area europea (Artoni Europe) con il completamento della rete in tre anni. Nel 2008 Artoni crescerà anche in Italia con aperture-potenziamenti a Pontedera, Civitanova Marche, Trieste, Parma e Brescia.



■ **Bologna**
Nasce
il Club Acquisti
Unindustria

Per meglio supportare le imprese, in particolare quelle piccole e medie, in un importante aspetto della gestione aziendale, si è costituito il Club Acquisti in seno all'associazione degli industriali Unindustria Bologna. L'obiettivo è quello di condividere le informazioni, il modello di gestione e di organizzazione del ciclo acquisti, evidenziando e promuovendo allo stesso tempo possibili aggregazioni di imprese su alcune categorie di acquisto al fine di realizzare condizioni contrattuali di maggior convenienza, e quindi risparmi ed efficienze per le imprese associate. A guidare il Club Acquisti, un Comitato esecutivo costituito da imprenditori e manager responsabili del processo di acquisto nelle rispettive aziende di appartenenza. L'esecutivo è presieduto da Dolores Scordo (Gruppo Monrif) ed è composto da: Giulio Curreli (Ravaglioli); Arrigo Gandolfi (Carpigiani); Matteo Pattuelli (T.M.C.); Renzo Sanna (Tecnoform); Marco Scapoli (Biochimica).



L'accordo di filiera con il mondo agricolo
Barilla e Regione firmano
l'intesa sul grano duro

Si rafforza l'alleanza tra Regione, Barilla e mondo agricolo per lo sviluppo della coltivazione di grano duro di qualità in Emilia-Romagna. Il nuovo accordo quadro di filiera, valido per la campagna cerealicola 2007-2008, triplica infatti i quantitativi previsti da quello 2006-2007, passando da 30 mila a 100mila tonnellate di grano duro, rigorosamente "made in Emilia-Romagna" che verranno conferite all'azienda di Parma leader nel mondo nella produzione di pasta. L'accordo è promosso dalla Regione Emilia-Romagna e coinvolge oltre alla Barilla la società produttori Sementi di Bologna, le Organizzazioni dei produttori O.P. Grandi colture, Cereali Romagna, Esperia, Progeo, il Consorzio agrario di Parma e quello di Piacenza, la società Cooperativa Capa Ferrara. Il contratto riguarda l'intera filiera di produzione del grano duro e rappresenta un modello innovativo di integrazione tra agricoltura, industria e istituzioni. La Barilla potrà disporre di grani di qualità prodotti in Emilia-Romagna e ridurre così la sua dipendenza dall'estero, mentre per le aziende agricole l'accordo è un'indicazione per la programmazione delle coltivazioni. L'obiettivo più generale è incentivare la produzione di grano duro di qualità in Emilia-Romagna.

■ **Confcommercio**
Arrigo Sacchi
"Maestro
del Commercio"

Anche Arrigo Sacchi ha ricevuto l'onorificenza di "Maestro del commercio" assegnata da "50 e più Fenacom", l'associazione dei pensionati della Confcommercio. Sono state consegnate le Aquile d'argento, d'oro e di diamante a coloro che hanno svolto la loro attività per almeno 25, 40 e 50 anni.



La "50 e più Fenacom" ravennate conta 4.200 soci, sui circa 400mila iscritti in Italia, con quattro sedi a Ravenna, Lugo, Cervia e Faenza. Il presidente provinciale dell'associazione, Ottavio Righini, ha consegnato il premio Aquila di Ferro, ad Arrigo Sacchi, che "ha saputo portare nella sua attività oltre alle capacità di grande tecnico, quelle di innovatore, lasciando un'impronta indelebile, al di là dei grandi risultati sportivi ottenuti dalle squadre da lui dirette".

■ **IMPRENDITORI**
SONO EMILIANI
I MANAGER
DELL'ANNO

Due modenesi, un parmigiano e un piacentino, sono stati premiati selezionati all'edizione 2007 del Premio "L'Imprenditore dell'Anno", l'iniziativa promossa da Ernst & Young, che riconosce l'eccellenza degli imprenditori sul piano professionale con riferimento a diverse categorie egualmente importanti per chi conduce un'azienda. Gian Luca Sghedoni, ad di Kerakoll ha ricevuto il rico-

noscimento nella categoria Innovation; Franco Stefani, presidente e ad di System nel settore Global; Mauro Del Rio, fondatore e presidente di Buongiorno e Renzo Arletti, ad di Rdb nella categoria Finance.

■ **OLIMPIADI INVERNALI**
DELEGAZIONE
RIMINESE
A SOCHI

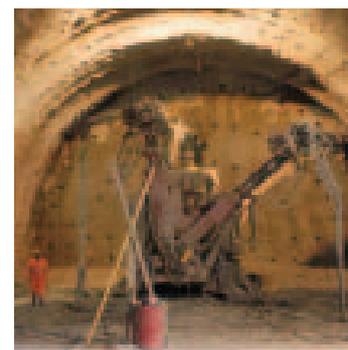
Una delegazione istituzionale e imprenditoriale di Rimini si è recata a Sochi, città russa gemellata dal 1977, per capire le opportunità per le imprese

romagnole, dopo l'assegnazione a Sochi dell'organizzazione delle Olimpiadi invernali 2014. Le opere si concentreranno in due grandi aree: sulla costa con la realizzazione degli stadi per i giochi sul ghiaccio, lo stadio centrale e il villaggio olimpico, e in montagna con impianti di risalita e per gli sport sulla neve. Grande attenzione sarà dedicata alla costruzione di nuovi complessi alberghieri e alla riqualificazione degli esistenti. Si stimano investimenti complessivi per 25 miliardi di euro.

■ **BOLOGNA**
MACCAFERRI
ACQUISTA
ELAS GEOTECNICA

Punta a rafforzarsi nel settore gallerie Officine Maccaferri. Il gruppo di Bologna, leader mondiale nel campo della geotecnica e del controllo dell'erosione del suolo, ha infatti acquisito la società italiana Elas Geotecnica di Segrate, specializzata nella fornitura di sistemi e prodotti per la realizzazione di opere sotterranee. L'operazione si inserisce in un piano triennale di investimenti 2007-

2009 di che vale 10 milioni di euro. Un settore che peraltro registra ottime performance di crescita grazie alla fornitura di soluzioni sempre più innovative.



LEGACOOP

Mora prende Parma, Paola Menetti al vertice delle "sociali"

Giovanni Mora è il nuovo presidente di Legacoop Parma. Ha raccolto il testimone da Giancarlo Ferrari, chiamato a Roma per occuparsi in Legacoop Nazionale di risorse umane e di politiche di integrazione. Mora lascia la presidenza della cooperativa G. Di Vittorio di Fidenza. La direzione di Legacoopsociali, ha nominato presidente **Paola Menetti** e vicepresidente Sergio D'Angelo. Entrambi provengono da una lunga esperienza professionale nella Cooperazione Sociale. Paola Menetti, bolognese, è stata presidente della Coop.va Cadiati di Bologna, e poi responsabile regionale della Cooperazione Sociale in Emilia-Romagna e vicepresidente di Legacoopsociali. Sergio D'Angelo, napoletano, è presidente del consorzio sociale Gesco di Napoli e del Consorzio Nazionale della Cooperazione sociale Drom.

UNINDUSTRIA

Nicola Pizzoli guiderà il settore alimentare

L'assemblea del settore Alimentare di Unindustria Bologna (50 imprese, oltre 1.300 occupati) ha completato l'elezione dei propri vertici. Come presidente e coordinatore sezione Prodotti alimentari vari è stato indicato **Nicola Pizzoli** (Pizzoli), Antonio Pirillo (Caffita System), vice presidente e coordinatore sezione Prodotti alimentari base; Andrea Tedeschi (Alcisa), coordinatore sezione Industria del trattamento delle carni.

E-BUSINESS

Il Gruppo Itway punta su Belforti

Nuova nomina in Itway VAD (Gruppo Itway, TechStar di Borsa Italiana), distributore a valore aggiunto specializzato nel mercato dell'e-business: si tratta di **Giorgio Mattaliano Belforti**, già Direttore Europeo Operation di Itway VAD. Nel suo nuovo ruolo, Belforti coordinerà le operation di Itway VAD per tutti i paesi in cui il distributore opera - Italia, Francia, Spagna, Portogallo e Grecia - e viene posto a capo dell'organizzazione di vendite, marketing e servizi a livello europeo.

API

A Modena Stefania Denti e Azio Sezzi a Reggio Emilia

È **Stefania Denti** la nuova presidente del Gruppo Giovani di Apmi Modena. Trentuno anni, laureata in Matematica, Stefania Denti è responsabile delle risorse umane all'interno dell'azienda di famiglia, la I.C.S., che offre sul mercato una risposta concreta alla domanda di campionate veloci e di qualità nella produzione dei circuiti stampati che si trovano all'interno di qualsiasi apparecchiatura elettronica.



A Reggio Emilia invece novità per il segretario di Api: **Azio Sezzi**, 48 anni, vicesegretario dell'associazione dal 1997 ha preso il posto Icelo Iori che ha lasciato dopo 36 anni di servizio. Sezzi è componente del consiglio di amministrazione di Reggio Emilia Innovazione, del Centro Servizi Pmi e della Fondazione IDI.

CAMERE

A Giuseppe Mazzarino la poltrona di vice

Giuseppe Mazzarino, 39 anni di Vercelli, è da qualche tempo il nuovo vicesegretario generale della Camera di commercio di Rimini per la quale svolge anche il ruolo di conservatore del Registro delle Imprese e gestisce l'area di regolamentazione del mercato.



ASCOM CONFCOMMERCIO

Ugo Margini succede a Blondi



Ugo Margini è il nuovo presidente di Confcommercio Emilia-Romagna, organizzazione che raggruppa le 11 Associazioni Confcommercio territoriali e le federazioni di categoria di settore, in rappresentanza di oltre 80.000 imprese del Commercio, Turismo e Servizi. Ugo Margini, presidente provinciale Ascom Parma, membro del Consiglio e della Giunta Direttiva Nazionale della Confcommercio, imprenditore del settore cartoleria, ha 59 anni e ricopre cariche associative da oltre 20 anni. L'assemblea ha nominato come vicepresidenti Mario Baldassari di Cervia (vicario), Paolo Ferraboschi (amministratore), e Terenzio Medri (delega al Turismo).

Succede a Pietro Blondi che dopo due mandati ha lasciato l'incarico, come ha fatto qualche mese per la presidenza di Ascom Confcommercio Modena dove gli è succeduto **Carlo Galassi**, imprenditore vignolese nel settore tendaggi e arredi per la casa. Affiancano Galassi, come vicepresidenti Amedeo Faenza, Giorgio Vecchi e Tiziano Davoli. Pietro Blondi, da qualche tempo è presidente di Confedorafi e rappresentante italiano della Cibjio, la confederazione mondiale che raggruppa il sistema produttivo e distributivo dei preziosi (250 mld di dollari di giro d'affari) nel Consiglio dell'Onu.

AGROALIMENTARE

Nuovi incarichi a Parma e Piacenza

È **Giovanni Malchiodi**, imprenditore agricolo di Ferriere, il nuovo presidente della Cia (Confederazione nazionale agricoltori) di Piacenza, dove prende il posto di Antonio Paladini. Novità anche al Consorzio Agrario di Piacenza dove Dante Pattini, parmigiano di origine, è il nuovo direttore. In forza alla struttura cooperativa piacentina dal 2001, dove era direttore commerciale, ha preso il posto di Pierluigi Scrocchi.

Rinnovamenti al vertice anche per Barilla: nuovo a.d. del colosso parmigiano della pasta è **Massimo Potenza**, in Barilla dal 1985. Lascia Gianluca Bolla che resta nel consiglio di amministrazione.

Gianluigi Zenti, presidente ed amministratore delegato di Academia Barilla, è stato invece chiamato a far parte del nuovo consiglio di Smea, la scuola in Economia agroalimentare dell'Università Cattolica.



AEROPORTO

Reggio Emilia ha scelto Scalabrini

Un nuovo timoniere anche per l'Aeroporto di Reggio Emilia. **Tiziano Scalabrini**, noto commercialista reggiano, ha avuto la meglio su altri due professionisti per la guida dell'aviostruttura. Il nuovo amministratore unico dovrà gestire una non facile fase di passaggio che potrebbe portare alla vendita della società dopo l'azzeramento del cda della srl di riferimento.

TRASPORTI

Lanzi al timone della logistica

Leonardo Lanzi è stato chiamato alla presidenza di ASTRA - FAI di Parma, l'associazione che riunisce le aziende dell'autotrasporto e logistica aderenti ad APIndustria di Parma e che conta tra le proprie iscritte molte delle realtà più rappresentative del settore sul territorio provinciale. Imprenditore parmense a capo della Lanzi Trasporti, azienda di famiglia sul mercato da oltre 50 anni, succede a Gian Paolo Faggioli, impegnato da fine giugno alla presidenza di APIndustria.

FIERE

Cagnoni a Rimini, Lombardi a Forlì, Ravazzoni a Parma

Lorenzo Cagnoni è stato confermato alla presidenza di Rimini Fiera spa che ha rinnovato le cariche del consiglio d'amministrazione per tre esercizi. Tra i consiglieri, i rappresentanti dei soci pubblici sono Marco Borroni e Sabrina Zanetti (Provincia), Francesco De Musso e Gian Luigi Piacenti (Comune di Rimini), Maurizio Renzo Ermeti e Mirco Pari (Camera di commercio). In rappresentanza delle associazioni di categoria è stato eletto Salvatore Bugli, e per i due soci privati di maggioranza Ferruccio Macola (Promotor) e Silvano Piccorossi (Gruppo Seragnoli). Poltrona di vicepresidente a Maurizio Renzo Ermeti.

Giorgio Lombardi, ingegnere 57 enne, una lunga esperienza professionale nel settore della direzione del personale, e parallelamente consigliere di amministrazione in varie società di servizi, è invece il nuovo presidente della Fiera di Forlì. Ha preso il posto di Romeo Godoli. Nuovo anche il resto del



cda dell'ente con Leardo Ravaioli vicepresidente, Federico Foli, Guido Sassi e Massimo Valmori.

Novità anche per le Fiere di Parma spa, presieduta da Franco Boni, che hanno scelto **Roberto Ravazzoni**, parmigiano, 49 anni, come nuovo amministratore delegato. Roberto Ravazzoni è professore ordinario di marketing e reti alla Facoltà di Scienze della Comunicazione e dell'Economia dell'Università di Modena e Reggio Emilia. In precedenza ha insegnato a Parma (dove ha iniziato la sua carriera accademica) e a Bari. Per diversi anni è stato coordinatore di ricerca presso il CERMES (Centro Ricerche sui Mercati e sui Settori Industriali) dell'Università Bocconi di Milano. È consigliere economico del Ministro delle Politiche Agricole, Alimentari e Forestali, Paolo De Castro. Ampia è la sua attività pubblicistica.

CNA

Lugo, Tasselli e Betti si scambiano i ruoli

Avvicendamento in Cna Lugo dove il vicepresidente **Claudio Tasselli** si è scambiato il ruolo con il Mario Betti. Imprenditore nel campo delle tecnologie informatiche con la Elsyd che svolge progettazione e produzione di apparecchiature elettroniche, Claudio Tasselli è fra i promotori, assieme ad altri otto imprenditori, di una rete di imprese battezzata Digicons (Consorzio Digitale Romagnolo). **Mario Betti**, oltre alla vicepresidenza, mantiene l'incarico alla presidenza dei Dieci comuni dell'area lughese.

LAPAM

Carlo Alberto Rossi alla guida

Anche Lapam modenese ha da qualche tempo un nuovo segretario: **Carlo Alberto Rossi** chiamato a sostituire Pietro Odorici dopo la nomina di quest'ultimo alla presidenza di Atcm. Rossi, 44 anni, nativo di San Felice sul Panaro, da 23 lavora in Lapam Federimpresa che presenta 12 mila imprese associate, 650 dipendenti e 55 sedi territoriali.



di Silvia Saracino

L'Assemblea Legislativa approva il documento sulla nuova politica energetica

Energia, la Regione ha il nuovo Piano

Raggiungere l'equilibrio tra produzione e consumo di energia elettrica attraverso un utilizzo razionale dell'energia e sfruttando le fonti rinnovabili. È questo l'obiettivo che la Regione sta inseguendo da anni e il nuovo Piano energetico recentemente approvato dall'Assemblea

Legislativa dà una sferzata in questa direzione con un investimento consistente che riguarda tutta l'energia, non solo quella elettrica: trenta milioni di euro per il prossimo triennio a cui si aggiungono 80 milioni di euro – da spendere nei prossimi cinque anni – che provengono dalle risorse dei Programmi europei.

Il fondo investimenti servirà per sostenere un nuovo sistema energetico e ambientale che punta a risparmiare, da qui al 2010, circa 1,7

milioni di tonnellate equivalenti di petrolio (tep) di cui 550mila dal settore civile, 680mila dai trasporti, 400mila dall'industria e il resto dall'agricoltura. Un risparmio possibile visto che "l'Emilia-Romagna consuma all'anno circa 18 milioni di tep, di cui solo 8 o 9 rappresentano l'energia utile per gli usi finali" spiega Massimo Cenerini Responsabile del

Servizio Politiche energetiche della Regione. "È dunque evidente – continua Cenerini – che esiste un ampio margine di risparmio così come c'è la possibilità di avviare concretamente il passaggio dalle fonti tradizionali a quelle rinnovabili".

E proprio in questa direzione vanno le nuove strategie che orienteranno le scelte dell'Emilia-Romagna fino

Dagli incentivi alle "rinnovabili" al riequilibrio tra produzione e consumo



IL PERCORSO

Ad oggi solo il 30% del fabbisogno deriva da fonti interne
Consumare meglio per dipendere meno dall'estero

L'Emilia-Romagna ha un consumo interno lordo di energia (dato al 2005) pari a 18,1 milioni di tonnellate di tep, di cui il 55% è costituito da gas naturale e il 35% da prodotti petroliferi. L'obiettivo del Piano energetico è di ridurre i consumi e auto produrre energia sfruttando le fonti rinnovabili, in modo da tagliare il cordone ombelicale delle importazioni: ben il 70% dell'energia consumata in regione viene importata e la produzione interna, che arriva a 5,4 milioni di tep, copre il restante 30% ed è costituita principalmente da gas naturale (4,8 milioni di tep) e da fonti rinnovabili (idroelettrica, biomasse, eolico e solare). I consumi energetici – suddivisi tra industria, residenziale, terziario, trasporti e agricoltura – sono cresciuti costantemente nel corso degli

anni: nel 2005 erano pari a 11,3 milioni di tep, nel 2005 sono arrivati a 14,2 milioni, con una crescita media annua del 2,6 per cento. Basti pensare che la richiesta di elettricità aumenta di circa 175 MW all'anno.

Con il Piano energetico, la Regione punta a ridurre del 12% il consumo regionale del 2003 e di sostituire circa 180 mila tep di fonti convenzionali (derivati del petrolio, gas naturale, ecc) con energia derivante da fonti rinnovabili. In sostanza, entro il 2010-2012 (scadenza fissata dal protocollo di Kyoto), si dovrebbero ricavare 600 MW dalla cogenerazione e dal teleriscaldamento, 300 MW dalle biomasse, 20 MW dal fotovoltaico, 16 MW dall'idroelettrico, 20 MW dall'eolico e 10 MW dalla geotermia. ■

al 2015: il Piano energetico serve per frenare il continuo aumento dei consumi, aumentare la produzione interna di energia – diminuendo così le importazioni – e ridurre le emissioni inquinanti in atmosfera.

“Con la completa riconversione del parco delle grandi centrali elettriche con centrali alimentate a metano, la Regione ha portato negli ultimi anni il deficit tra produzione e consumo di energia elettrica al 15%, tenendo presente che nel 2000 era al 50%”, sottolinea l'assessore regionale alle Attività produttive Duccio Campagnoli. “Nel corso del 2008, o al massimo entro la metà del 2009, l'obiettivo è di raggiungere un parco termoelettrico di 5.800 Mw di potenza: siamo all'incirca a 5000-5.200 Megawatt insediati e con le altre centrali già in cantiere contiamo di raggiungere il traguardo prefissato”.

Una volta raggiunto questo equilibrio tra produzione e consumo, la Regione intende mantenerlo con lo sviluppo di fonti rinnovabili, concentrato soprattutto sulle biomasse e sul solare, fotovoltaico ed eolico. Una strategia che si pone l'obiettivo finale di arrivare nel 2015 alla copertura del fabbisogno regionale di energia elettrica, con un approvvigionamento di 7.500 Mw.

La strategia prevista dal Piano rispecchia in pieno gli impegni presi con il Protocollo di Kyoto: ridurre al 2012 del 6% il livello di emissioni di CO2 equivalenti rispetto al livello del 1990, ovvero tagliare 6 milioni di tonnellate di emissioni.

Gli interventi si articoleranno su tre fronti: il risparmio di energia con azioni che coinvolgeranno gli edifici, l'industria, i trasporti e l'agricoltura; la valorizzazione delle fonti rinnovabili; la diffusione di piccoli impianti di produzione di energia legati all'esigenza dell'utenza finale: la cosiddetta “generazione distribuita ad alta efficienza”, attraverso la diffusione della tecnologia della cogenerazione e del teleriscaldamento.

Uno dei primi fronti su cui la Regione si muoverà riguarda l'edilizia pubblica: il Piano prevede che ogni Provincia e Comune realizzi dei veri e propri “piani-programma”, piani regolatori per il rispar-

mio energetico e l'utilizzo di fonti rinnovabili in tutti gli edifici pubblici e l'edilizia residenziale pubblica. Criteri di risparmio energetico dovranno inoltre essere previsti in ogni procedura di aggiudicazione degli appalti pubblici, così come nell'acquisizione di beni e servizi per la pubblica amministrazione che incidono sui consumi di ener-



L'INTERVISTA

Duccio Campagnoli, assessore regionale alle Attività produttive

“I limiti di Kyoto sono un'opportunità per lo sviluppo di una nuova industria”

Abbiamo trovato la ricetta giusta per coniugare sviluppo economico e tutela dell'ambiente? “Credo proprio di sì. La grande sfida di oggi è composta da due parole: sviluppo sostenibile”. Parola di Duccio Campagnoli, assessore regionale alle Attività produttive.

Cosa significa puntare sullo sviluppo sostenibile?

“Lo sviluppo è necessario, noi siamo una regione in crescita e non possiamo pensare di fermarci: per non arrivare a una situazione di delocalizzazione selvaggia, dobbiamo sviluppare la nostra industria sul territorio e per questo abbiamo bisogno di energia. Contemporaneamente, deve trattarsi di uno sviluppo sostenibile, quindi bisogna pensare ad un'energia nuova più pulita, ad un equilibrio tra sistema energetico e sistema ambientale. Il nostro Piano energetico si misura con questa sfida attraverso due scelte: applicare anche nella nostra regione il Protocollo di Kyoto e raggiungere un approvvigionamento energetico elettrico che crei un equilibrio tra la domanda e l'offerta nella nostra regione. In questi ultimi anni, grazie alla riconversione di tutto il parco termocombustibile in centrali a metano ci siamo avvicinati molto a questo equilibrio: oggi produciamo il doppio di energia con quasi la metà dell'impatto e del consumo. Adesso siamo a una svolta: il Piano energetico prevede di mantenere questo equilibrio non con altri impianti termocombustibili ma puntando all'energia elettrica prodotta da fonti rinnovabili, quindi biomasse, solare fotovoltaico, eolico e cogenerazione. I limiti che impone il Protocollo di Kyoto, e che noi ci siamo impegnati a rispettare, sono quindi un'opportunità in termini di

risparmio energetico ed economico, di minore impatto ambientale e anche perché si darà la spinta a una nuova industria, che riguarda tutte le nuove tecnologie energetiche”.

Il Piano interviene in maniera consistente anche nell'edilizia, con misure quali la certificazione energetica. Quali gli obiettivi e quali le forme di incentivi che la Regione ha previsto per i cittadini?

“I trasporti e gli usi civili energetici, a cominciare dalle residenze, rappresentano rispettivamente un terzo e un terzo dei consumi della regione. Se non li controlliamo avremo uno sfioramento grave dei parametri di Kyoto. Uno dei primi interventi che metteremo in atto è infatti rivolto all'efficienza energetica e all'utilizzo di fonti rinnovabili negli edifici pubblici e nell'edilizia residenziale pubblica, attraverso l'adozione da parte dei comuni dei piani programma. Crediamo che sia innanzitutto il settore pubblico a dover dare il buon esempio a tutti i cittadini con il suo significativo patrimonio residenziale può dare un grande contributo alla riduzione di emissioni. Siamo inoltre approvando un atto che riguarda standard di rendimento energetico obbligatori in edifici nuovi e ristrutturati che abbassino i consumi. Ciò significa innanzitutto utilizzare nuovi metodi nel costruire che tutelino l'ambiente – metodi che sono già diffusi – e installare impianti per la produzione di energia rinnovabile. In più per ogni edificio ci sarà l'obbligo di certificazione energetica. Per quanto riguarda gli incentivi, per gli edifici che realizzano uno standard di rendimento energetico virtuoso – cioè dai 50 Kilowatt al metro quadrato in giù – ci saranno incentivi già al momento della costruzione” ■

gia. Per quanto riguarda invece tutti gli edifici, l'obiettivo è di ridurre drasticamente i consumi energetici, portando da 160 a 70 Kw al metro quadrato il consumo medio di un appartamento, attraverso l'adozione delle nuove tecniche del costruire e la dotazione di impianti energetici: il Piano introduce l'obbligo per gli edifici di produrre almeno il 20% dell'energia necessaria per il riscaldamento e il raffrescamento e per la produzione di acqua calda sanitaria attraverso fonti rinnovabili. Sempre per quanto riguarda gli edifici, la Regione prevede di realizzare sui

tetti grandi piattaforme di pannelli solari o una piattaforma comune a cui gli edifici potranno allacciarsi. Nel sistema produttivo si comincia con l'agricoltura, settore per cui il Piano prevede un nuovo programma per l'agroenergia sfruttando le biomasse endogene di derivazione agro-forestale: sono previsti incentivi per la realizzazione nelle aziende di piccoli impianti a biogas o biomassa (fino a 3 Megawatt) e per la realizzazione della riconversione della produzione bieticolo-saccarifera in produzione agroenergetica. Gli altri interventi puntano alla

riqualificazione energetico-ambientale degli insediamenti produttivi, con lo sviluppo delle aree "ecologicamente attrezzate" grazie a incentivi che sosterranno gli investimenti in impianti e servizi energetici comuni, sfruttando sempre la cogenerazione e le fonti rinnovabili. Sul fronte della ricerca, la Regione sosterrà i programmi che si svolgono nelle università e nei centri Enea e Cnr che si rivolgono in particolare ai nuovi combustibili, alle nuove tecnologie per il fotovoltaico, ai sistemi di cattura della CO2 e alla partecipazione dei centri regionali ai programmi di ricerca europei per il nucleare di quarta generazione e di fusione.

Il Piano prevede inoltre la razionalizzazione energetica nel sistema dei trasporti, che incide per il 30% circa sui consumi finali regionali, promuovendo attività di ricerca applicata e sviluppo tecnologico, attività sperimentali e dimostrative, campagne informative e attività didattiche rivolte al mondo della scuola. Particolare attenzione verrà data ai trasporti ferroviari regionali, per cui la Giunta ha previsto ulteriori risorse per gli investimenti ■



FOCUS

Standard severi e normative più stringenti per l'edilizia sostenibile

La casa "certificata" che fa bene all'ambiente

Nuove norme sul risparmio e l'utilizzo di fonti rinnovabili nell'edilizia, con standard più severi rispetto al passato. È questa una delle novità del nuovo Piano energetico che comprende un atto di indirizzo sul rendimento energetico e la certificazione energetica degli edifici, che ora la Regione dovrà discutere assieme agli enti locali e le associazioni imprenditoriali, sociali e ambientaliste.

Con questo documento, in linea con le normative europee, la Regione interviene in maniera decisa in un settore – quello civile e residenziale – che rappresenta un terzo dei consumi complessivi di energia: l'obiettivo è ridurre significativamente i consumi a favore di un minore impatto ambientale e del risparmio dei cittadini.

L'atto definisce gli standard di prestazione energetica degli edifici, detta le norme per realizzare la certificazione energetica e rende obbligatorio l'uso delle fonti rinnovabili per la climatizzazione e l'acqua calda. In particolare, prevede una percentuale obbligatoria di ricorso alle fonti rinnovabili per l'energia elettrica e termica, con la possibilità di

connettersi ai parchi fotovoltaici del territorio. Le nuove regole dovranno essere recepite dai Comuni a partire da luglio 2008 e le norme sul rendimento energetico riguarderanno le case nuove e le grandi ristrutturazioni.

Sia per le case nuove che per le abitazioni in locazione ci sarà anche l'obbligo della certificazione energetica: una sorta di libretto sul consumo dell'edificio che registra il valore energetico di un'abitazione.

Per quanto riguarda gli incentivi, i cittadini potranno accedere alle agevolazioni fiscali previste dalla Finanziaria 2007 per la riqualificazione energetica degli edifici: detrazioni di imposta al 55% per interventi di riduzione dei consumi energetici per la climatizzazione invernale almeno del 20% rispetto ai valori di legge per i nuovi edifici (fino a un ammontare di 100 mila in tre anni) e per interventi su pareti e finestre (fino a un ammontare di 60 mila euro in tre anni). Sono previsti inoltre incentivi regionali sulle abitazioni particolarmente virtuose nel risparmio energetico ■

I norvegesi acquistano l'impresa leader nel settore del rilevamento aereo

Con Cgr di Parma la Blom Asa allarga la visuale

La possibilità di espandere notevolmente la propria area d'azione tramite l'acquisizione di un'azienda d'eccellenza nel settore del rilevamento aereo e dotata di strumenti tecnologicamente all'avanguardia. Sono queste le ragioni che hanno spinto Blom Asa, gruppo norvegese specializzato nella raccolta e nell'elaborazione di dati geografici ad investire in Emilia-Romagna rilevando nel 2005 il 100% delle azioni della Compagnia Generale Riprese Aeree (CGR) di Parma.

Fondata nel 1968 a Parma da Licinio Ferretti, ora suo presidente onorario, CGR si occupa principalmente dell'esecuzione di rilievi territoriali, riprese aeree fotogrammetriche, elaborazioni digitali, formazione di carte e sistemi informativi territoriali. L'azienda si avvale inoltre della collaborazione delle proprie controllate, la Compagnia Aeronautica Emiliana ed il Consorzio Compagnie Aeronautiche che

si occupano principalmente di assistenza tecnica alle aeromobili e di elaborazione dati.

"Con l'acquisizione di CGR, società leader nel sud-Europa, Blom è in grado di affermarsi senza dubbio come la società con la più vasta copertura geografica in Europa nella raccolta e nell'elaborazione di dati rilevati per via aerea" spiega in una nota Blom Asa.

Grazie a CGR, Blom sta ampliando la gamma delle proprie attività rendendo possibili importanti sinergie per le altre aziende del gruppo. I vantaggi della fusione sono stati illustrati anche da Giovanni Banchini amministratore delegato della compagnia: "l'internazionalizzazione della società e delle sue controllate ha permesso al gruppo CGR ed agli oltre 150 tecnici altamente specializzati che vi lavorano, una maggiore forza di penetrazione sui mercati europei e mondiali".

Il gruppo Blom Asa ha più di mille dipendenti in tutto il mondo, possiede controllate in Spagna, Portogallo, Germania, Finlandia, Danimarca, Svezia e Polonia e due unità di produzione in Romania ed Indonesia. Le due principali sezioni dell'azienda sono la Geographic Information Division e la Overseas Technologies. La prima si occupa di raccogliere, elaborare e vendere dati geografici di alta qualità a istituzioni pubbliche e a privati. La seconda di fotogrammetria sottomarina, cavi sottomarini, e sistemi di ancoraggio in mare aperto ■

di Thomas Foschini



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 Gaia Torzini

All'Emilia-Romagna 806 milioni di euro per formazione, ricerca e qualità professionale

Por-Fse 2007-2013 Arriva il sì dell'Ue



Più innovazione e capitale umano per stare al passo con gli obiettivi di Lisbona

Qualità del lavoro, innovazione e miglioramento delle competenze. Sono queste le direttrici del Por, il Programma Operativo 2007-2013 finanziato dal Fondo Sociale Europeo. Un'opportunità e una sfida per l'Emilia-Romagna, che è stata la prima Regione a veder approvato dalla Commissione europea il proprio Programma Operativo FSE nell'ambito dell'obiettivo europeo "Competitività regionale e occupazione".

Il programma, presentato il 5 marzo scorso ed approvato in via definitiva dalla Commissione europea il 26 ottobre, prevede lo stanziamento di 806 milioni di euro nel corso del settennio, risorse per il finanziamento delle politiche della formazione e del lavoro regionali e provinciali. Gli obiettivi sono ad ampio raggio e riguardano il mantenimento e l'innalzamento

delle competenze dei lavoratori, la promozione del successo formativo dei giovani, la qualificazione delle professionalità degli adulti disoccupati, delle donne, degli over 45 e di tutti quei soggetti a rischio di esclusione dal mercato del lavoro; l'accompagnamento al lavoro delle persone diversamente abili, l'istituzione di reti tra università e imprese per sostenere il trasferimento tecnologico e gli esiti della ricerca al sistema delle imprese. Il tutto al fine di aumentare la competitività della Regione e promuoverne le politiche di sviluppo sostenibile e coeso fondate sulle competenze dei cittadini e dei lavoratori. "Il Programma Operativo - spiega Paola Manzini, assessore regionale alla Scuola, formazione professionale, università, lavoro e pari opportunità - riguarda essenzialmente gli investimenti in capitale umano e la formazione per i giovani, i disoccupati e le persone occupate. Si tratta di una cifra significativa che sarà destinata alla qualificazione e al potenziamento dell'offerta di opportunità for-

mative e di inserimento lavorativo e agli investimenti sul capitale umano, in rapporto con i progetti di innovazione e trasferimento tecnologico". Priorità trasversale verrà corrisposta alle iniziative che puntano a garantire pari opportunità per tutti nell'accesso alla formazione e al lavoro, nonché a quelle che promuovono l'interculturalità attraverso progetti di integrazione, inclusione sociale e valorizzazione di culture differenti.

Per quanto riguarda poi l'attuazione delle singole iniziative, prosegue Manzini, "abbiamo sottoscritto un accordo con le nove Province della Regione, il quale è stato poi tradotto in intese provinciale per provincia, in modo che gli obiettivi del piano siano effettivamente declinati sulla base della realtà presente su ogni territorio". Il che significa, specifica Francesca Bergamini, responsabile del Servizio programmazione e valutazione dei progetti dell'assessorato, "che le programmazioni provinciali, definite nel confronto con le parti sociali, saranno fondate sulle effettive peculiarità dei territori sia in termini di contesto economico e produttivo sia in termini di condizioni sociali e demografiche".

E se in alcuni casi le Province hanno già emesso bandi e dato il via a corsi formativi, tra qualche settimana sarà la stessa Regione a presentare il Piano Attività 2008, pubblicando i primi avvisi di progetto relativi al Programma Operativo 2007-2013 ■

LA SCHEDA

Dalla proposta alla fase attuativa

Le tappe del provvedimento

Il Programma Operativo Fondo Sociale Europeo 2007-2013 è stato presentato dalla Regione Emilia-Romagna il 5 marzo scorso e la Commissione europea lo ha approvato il 26 ottobre. Nel corso dei mesi del negoziato sono stati messi a punto gli strumenti di programmazione che rendono possibile la realizzazione e il finanziamento delle azioni. In primo luogo, nel maggio scorso l'Assemblea legislativa ha approvato il documento di indirizzo 2007-2010 (Linee di programmazione e indirizzi per il sistema formativo e per il lavoro 2007/2010) che individua gli indirizzi prioritari di intervento, il

modello di governance del sistema e i criteri per l'attribuzione delle risorse. In seguito è stato stipulato un accordo tra la Regione e le Province, successivamente declinato in nove intese specifiche.

L'accordo individua per i sei assi principali (adattabilità, occupabilità, inclusione sociale, capitale umano, transnazionalità, assistenza tecnica) le azioni che saranno messe in campo dalla Regione e dalle Province, tutte focalizzate sulla qualificazione del lavoro, l'inserimento di soggetti svantaggiati, lo sviluppo della professionalità e la formazione permanente dei lavoratori ■



Pubb

Por-Fesr 2007-2013: tra gli obiettivi, anche ambiente e promozione del territorio

Ricerca e innovazione per la competitività

“L'obiettivo è contribuire a realizzare un nuovo profilo del nostro sistema produttivo, passando dallo storico sistema del saper fabbricare a quello del saper mettere sul mercato nuovi prodotti fatti di conoscenza e innovazione”. Sono parole dell'assessore regionale alle Attività produttive Duccio Campagnoli, arrivate all'indomani dell'approvazione, da parte della Commissione europea, del Por-Fesr 2007-2013.

Ricerca industriale e trasferimento tecnologico, sviluppo innovativo delle imprese, qualificazione nel settore dell'energia, dell'ambiente e del patrimonio culturale.

Un ampio “pacchetto” di azioni, con una dotazione di circa 347 milioni di euro: è quanto prevede il Por-Fesr 2007-2013, il documento di programmazione della Regione Emilia-Romagna per l'utilizzo dei Fondi europei di sviluppo regionale, che ha ottenuto il via libera da parte della Commissione europea.

Il 5 dicembre scorso si è aperta la fase attuativa del Por-Fesr, con l'insediamento del Comitato di sorveglianza, presieduto dall'assessore alle Attività produttive, Duccio Campagnoli. Dopo la presentazione e l'approvazione del regolamento del Comitato, sono state illustrate le modalità e gli strumenti di attuazione (bandi e procedure negoziali) e approvati i criteri di selezione (ammissibilità sostanziale, valutazione e priorità) dei progetti. Stabilite anche le modalità pratiche di concessione dei finanziamenti, che avverranno tramite bandi o procedure negoziali.

Sulla base della cifra a disposizione, la Regione Emilia-Romagna ha deciso di concentrare l'azione sui temi di Lisbona, circoscrivendo l'ambito del Programma a quattro linee d'intervento: rafforzare la rete della ricerca industriale e del trasferimento tecnologico con creazione di tecnopoli per la competitività; favorire la crescita delle imprese attraverso processi di innovazione; promuovere la competitività energetica e la riqualificazione energetico-ambientale; infine, valorizzare e promuovere il patrimonio

ambientale e culturale della regione. Ognuno dei quattro obiettivi specifici verrà raggiunto sulla base di assi prioritari. Il primo (ricerca industriale e trasferimento tecnologico) punta a promuovere la ricerca industriale e il trasferimento tecnologico come fattore fondamentale per la competitività del sistema economico, rafforzando la rete regionale dell'alta tecnologia e la sua connessione con il sistema produttivo. Il secondo (sviluppo innovativo delle imprese) supporta l'evoluzione del sistema produttivo verso forme di innovazione, per garantire al sistema industriale e a quello territoriale competitività a livello internazionale. Il terzo asse si concentra sul tema della sostenibilità ambientale, promuovendo l'efficienza energetica e l'innovazione logistica per le merci e le persone.

Il quarto asse, infine (valorizzazione e qualificazione del patrimonio ambientale e culturale) punta a valorizzare e qualificare le risorse dei territori in un'ottica di maggiore attrattività e fruibilità ■

Dopo l'approvazione dello scorso 7 agosto insediato il Comitato di sorveglianza del Programma

IL PROGETTO

In totale 347 milioni di euro, tra risorse nazionali e comunitarie
Sette anni per centrare gli obiettivi di Lisbona

Il Programma operativo regionale 2007-2013 rappresenta una norma programmatica fondamentale per la Regione Emilia-Romagna, rispetto all'attuazione delle previsioni di spesa contenute nel Fondo europeo per lo sviluppo regionale 2007-2013 (e il cui filo conduttore è, fra l'altro, la concreta attuazione degli Obiettivi di Lisbona, ossia fare in modo che entro il 2010 di almeno il 3% del Pil prodotto da ciascun territorio sia investito in Ricerca e Sviluppo).

Il documento, approvato prima dalla Giunta poi dall'Assemblea legislativa regionale, quindi presentato già diversi mesi fa al Ministero per lo Sviluppo economico, è poi passato al vaglio di Bruxelles, che lo ha **approvato – con decisione C (2007) 3.875 della Commissione – lo scorso 7 agosto**. Il totale dei finanziamenti, pari a 347 milioni di euro, comprende sia risorse europee erogate nell'ambito del Fondo, sia risorse nazionali, che l'Emilia-Romagna avrà a disposizione per i prossimi sei anni ■



Pubb

di Nicoletta Canazza

Errani e Gentiloni firmano un accordo per il potenziamento della banda larga

Regione in prima linea contro il digital divide



Emilia-Romagna apripista nella strategia di superamento del digital divide in Italia. A Bologna, infatti, è stato siglato il primo accordo tra una Regione e il ministero delle Comunicazioni per potenziare la rete a banda larga e promuovere così i servizi telematici per pubbliche amministrazioni, cittadini e imprese di tutto il territorio regionale.

Firmato a inizio novembre dal ministro Paolo Gentiloni e il presidente delle Regione Vasco Errani in occasione del Compa (il salone della comunicazione pubblica), l'accordo prevede che entro il 2009 tutto il territorio dell'Emilia-Romagna sia raggiunto dalla rete a banda larga Lepida, comprese le zone a "digital divide" come i comuni sull'Appennino, ancora svantaggiati sul fronte dell'infrastrutturazione telematica.

Entro il 2009 la rete Lepida dovrà coprire tutto il territorio, montagna compresa

“Un patto esemplare – sottolinea il ministro Paolo Gentiloni – che garantirà entro il 2009 l'accesso alla rete veloce internet del 100% dei cittadini dell'Emilia-Romagna, ma soprattutto un prototipo che verrà esteso anche ad altre Regioni per raggiungere l'obiettivo di legislatura di dare l'accesso alla banda larga all'intero Paese. Nei prossimi mesi cercheremo di stipulare accordi simili con altre regioni ed entro il 2011 sarà possibile, sia attraverso i cavi e le strutture di rete che attraverso le tecnologie senza fili Wi-max e i telefoni cellulari, garantire un accesso alla rete internet a tutti i cittadini”.

L'accordo porta in dote 15 milioni di fondi ministeriali e 5 milioni di fondi regionali per potenziare in un biennio (2008-2009) la rete Lepida nelle zone a digital divide, mettendone a disposizione una parte anche per i cittadini e le imprese. Nata in applicazione delle "Linee guida per i piani regionali" elaborate dal Comitato interministeriale per la banda larga e

approvate il 20 settembre scorso dalla Conferenza Stato-Regioni, l'intesa è anche l'ultimo tassello di un processo avviato con i due piani telematici regionali (Piter 2002-2005 e 2007-2009) realizzati dall'assessorato Attività produttive, sviluppo economico e piano telematico. Soddisfatto quindi l'assessore alle Attività produttive Duccio Campagnoli: “Si porta a compimento l'obiettivo di eliminare il digital divide per l'insieme del territorio regionale, non solo per la pubblica amministrazione, ma anche per chi qui vive e lavora”.

A beneficiarne saranno soprattutto le comunità e i cittadini delle aree montane e rurali dato che completando la rete Lepida, si darà slancio allo sviluppo della pubblica amministrazione e alla presenza degli operatori privati di Tlc in tutte quelle aree che vivono con difficoltà la distanza geografica dai centri principali. “È un'opera strategica – ribadisce il presidente

IL PROGETTO

Una rete tra le istituzioni per la diffusione dei servizi on line

Community network Emilia-Romagna

Il superamento del divario digitale e lo sviluppo dei servizi innovativi sulla rete Lepida passa dalla Community network dell'Emilia-Romagna, una rete tra le istituzioni della regione per diffondere i servizi on line. Nata dall'accordo sottoscritto tra la Regione e tutti gli enti locali, la Community oggi è riconosciuta come interlocutore primario dello sviluppo del Piano di e-government nazionale e del sistema pubblico di connettività. Si tratta di una realtà unica, fondata da un patto per lo sviluppo telematico tra tutte le Pa locali, per la realizzazione, il dispiegamento e la gestione di servizi di e-government e gestionali in capo agli enti, per attuare le iniziative del Piter 2007-2009 e per la partecipazione a bandi nazionali e comunitari.

La Community mette a sistema alcune delle strutture già

individuate nella legge regionale per lo sviluppo della società dell'informazione (la società Lepida e il Centro di alta competenza) con lo scopo di gestire le infrastrutture di rete della Regione (Lepida e R3) e garantirne la diffusione uniforme. Con la convenzione (di durata triennale, prorogabile per altri due anni) si realizza l'accordo quadro fra tutti gli enti aderenti costituenti la Community da cui deriveranno, durante il periodo di validità, specifici accordi attuativi. La prima realizzazione è il progetto “Sistema a rete” (presentato per un co-finanziamento nazionale ai bandi del Cnipa su “Riuso” e “Ali”), che si propone di far crescere il sistema della Pubblica amministrazione regionale, aumentandone il livello di modernizzazione così come il livello di erogazione di servizi integrati, per ridurre i costi legati alla burocrazia. ■



Vasco Errani – la copertura dell'intero territorio emiliano romagnolo porterà vantaggi per la produttività degli enti pubblici, per la competitività delle imprese, anche dei territori fino a ora più svantaggiati, e sarà un grande strumento per favorire la partecipazione dei cittadini e qualificare il loro rapporto con le istituzioni. Il nostro può essere un progetto pilota per l'Italia in materia di divario digitale”.

Attualmente, infatti, sui 341 comuni della regione solo 120 (per 2.260.000 abitanti) hanno una copertura dei servizi a banda larga per il 95% del territorio; possono, invece, essere considerati in una situazione di "total digital divide" (copertura inferiore al 40%) ben 71 comuni, per lo più montani – ma è compreso anche l'Alto ferrarese – in cui risiedono e lavorano complessivamente 180mila abitanti e 14mila imprese. A queste aree totalmente scoperte se ne aggiungono altre solo parzialmente servite: 150 comuni in cui la copertura va dal 40 al 95% dei rispettivi comprensori interessando altri 300mila abitanti e 25 mila imprese. La popolazione complessiva non servita nei 221 comuni in situazione di totale o parziale digital divide è pertanto stimata in circa 480mila abitanti e circa 39mila imprese.

Non a caso l'infrastrutturazione

telematica è uno dei capitoli di spesa più pesanti del bilancio regionale, che col Piter 2007-2009 ha messo sul tavolo, un budget da 200 milioni per rafforzare il cablaggio e l'infrastrutturazione telematica in regione. “La Regione – interviene Maria Tognon, della direzione Sviluppo piano telematico dell'Emilia-Romagna - è più che altro impegnata a colmare quelle mancanze strutturali a cui non ottempera il mercato”.

Il progetto tecnico oggetto dell'accordo di programma prevede un intervento realizzato in cooperazione istituzionale e progettualità congiunta da Regione e ministero delle Comunicazioni, attraverso Lepida spa (la società titolare della rete telematica regionale a banda larga) e Infratel Italia (soggetto attuatore del programma banda larga in tutte le aree sottoutilizzate del Paese). Le infrastrutture di telecomunicazioni realizzate da Infratel in attuazione dell'accordo saranno messe a disposizione della Regione Emilia-Romagna in comodato d'uso per la durata di 20 anni in cambio della manutenzione dell'intera rete.

L'obiettivo è di estendere geograficamente le infrastrutture esistenti di Lepida, aumentando in quantità e numero le grandi dorsali di trasporto, e strutturando la presenza terminale della rete sui diversi comprensori comunali con soluzioni tecniche che consentano a qualunque operatore di Tlc pari opportunità e modalità operative di intervento. Per il processo d'attuazione, ispirato a criteri di neutralità tecnologica, verranno infatti utilizzate differenti tecnologie: fibra ottica, collegamenti radio (WiFi e WiMax) e satellite.

Il progetto si muove su due binari: uno a favore delle pubbliche amministrazioni per migliorare tecnologicamente la qualità dei servizi di connettività offerti da Lepida agli enti pubblici; il secondo, a favore di cittadini e imprese, sostiene l'erogazione dei servizi a banda larga con interventi che sviluppino tecnologicamente la capacità delle centrali di commutazione Telecom Italia, affinché queste siano abilitate a erogare servizi di tipo adsl o a realizzare infrastrutture con tecnologie wireless ■



IL PROGETTO

Budget da quasi 200 milioni di euro Il Piano telematico regionale 2007-2009

Entro il 2009 quasi 200 milioni saranno impiegati dalla Regione Emilia-Romagna per finanziare il Piano telematico regionale (Piter). Oltre il 50% (102 milioni) del budget andrà al miglioramento dell'efficienza della pubblica amministrazione tramite il rafforzamento e l'integrazione della rete a banda larga e di quella radiomobile (per i servizi di emergenza). Il tutto passa dalla rete a banda larga Lepida, che connette tutti i 341 comuni della regione, comprese le zone finora meno servite da infrastrutture tecnologiche, per consentire a cittadini e imprese di usufruire, tramite aziende multiservizi e operatori di Tlc, dei vantaggi diretti dalla digitalizzazione dei territori. Poco più di un terzo (circa 73 milioni) della spesa totale è destinata a rafforzare i servizi erogati a cittadini e imprese con maggiori investimenti per misure atte a ridurre i tempi di attesa per le prestazioni sanitarie, sviluppare nuove procedure per condivisione e interscambio dei dati clinici, migliorare la rete per la prenotazione e monitoraggio delle liste d'attesa. In collaborazione con il sistema delle Camere di commercio sarà realizzato un punto di accesso integrato per la fruizione da parte delle imprese dei servizi delle Pa.

I restanti 20 milioni finanzieranno il controllo del territorio e la sicurezza, rafforzando tra l'altro la rete di monitoraggio dell'Agenzia per la protezione civile e dell'Agenzia per l'ambiente; una parte delle risorse è destinata anche alle attività di ricerca e sviluppo nel campo delle tecnologie informatiche e allo svolgimento di attività formative per iniziare le imprese e i cittadini all'utilizzo delle tecnologie informatiche.

Per realizzare gli obiettivi del Piter saranno elaborati dei Programmi Operativi annuali con la individuazione dei progetti e delle attività da attuare. Nel 2007 saranno spesi circa 61 milioni; una cifra analoga è prevista per il 2009, mentre nel 2008 la spesa crescerà a 74 milioni. Dei 196,6 milioni che nel complesso saranno spesi, 155 li mette a disposizione la Regione, 37 peseranno sulle casse dei Comuni e meno di 5 saranno messi a disposizione dallo Stato. Nel triennio 2007-2009 la somma a disposizione supera di 80 milioni quella spesa con la precedente programmazione, che copriva gli anni 2002-2005 ■



di Stefania Mangia

Secondo l'analisi del Centro Einaudi, la regione si conferma terra "attraente"

Campioni d'Italia per libertà economica

L'Emilia-Romagna terra imprenditorialmente attraente e campione di "libertà economica"? Non è una novità, almeno dal 2004, quando il prestigioso Centro di ricerca e documentazione "Luigi Einaudi" (in collaborazione con Lazard e Corriere della Sera) misurò per la prima volta la "libertà economica" nel mondo e in Italia, incoronando l'Emilia-Romagna prima regione italiana, seguita da Trentino, Veneto e Piemonte. Ma agli imprenditori della regione, piccoli o grandi che siano, non dispiacerà sapere che a distanza di quattro anni la nuova e più raffinata

indagine datata 2007 - curata sempre dal centro Einaudi, questa volta con Ersel e pubblicata sulla rivista telematica "Quadrante futuro" - vede l'Emilia mantenere gelosamente tale ambito primato, persistendo a testa alta in cima alla classifica della libertà economica con un indice di 8,23, seguita da Trentino-Alto Adige (8,17) e Friuli-Venezia Giulia (7,90).

Breve ripasso: cosa si intende per "libertà economica"? "L'assenza di ogni tipo di coercizione o vincolo alla produzione, alla distribuzione o al consumo di beni e servizi al di là dei limiti necessari agli individui per preservare la libertà stessa". Ma in quali aspetti l'Emilia si differenzia dal resto delle regioni italiane? Insomma, quanto è faticoso o vantaggioso avere un'attività imprenditoriale in Emilia? L'Emilia-Romagna eccelle soprattutto nelle aree d'analisi relative al mercato del lavoro e alla società, con bassi livelli di disoccupazione (giovane, femminile o di lungo periodo) e un'elevata partecipazione al mercato del lavoro, che si accompagna a un contenuto tasso di irregolarità lavo-



rativa. Quest'ultimo dato, peraltro, è connesso, in positivo, all'incidenza della povertà relativa e al saldo migratorio, voci del parametro "società" insieme alla percentuale di amministratori sotto i 30 anni e alla presenza di amministratori donna.

Che significa? Che in Emilia-Romagna ci sono consolidate opportunità di crescita a diversi livelli di responsabilità, e si ritrovano tutte le caratteristiche di filiera necessarie per attrarre sviluppo economico (con un ruolo di primo piano per l'ente Regione, che, spesso attraverso progetti pilota, ha sempre considerato l'innovazione un momento fondamentale dello sviluppo del territorio). Il modello più virtuoso? Quello cooperativo, che contempla pure la creazione di soggetti misti "pubblico-privato", con un'elevata capacità di "fare sistema". Meno eccellenti le performance riguardanti le aree istruzione (superiore e universitaria) con accesso al

mercato del lavoro (per diplomati e laureati) e infrastrutture, dove l'Emilia-Romagna ottiene rispettivamente il settimo e il dodicesimo posto nella classifica generale, considerando che per "infrastrutture" in questo caso, si intende solo la capacità di trasporto ferroviario e autostradale e non le infrastrutture informatiche (reti di cablaggio, ecc).

Qualche utile confronto con altre regioni italiane di pari livello. In Trentino Alto Adige, sono buone le performance nei campi dell'economia, del peso della Pubblica amministrazione, della finanza e del mercato del lavoro, mentre il Friuli-Venezia Giulia fa scuola in istruzione, mercato del lavoro ed economia. Il Piemonte è quarto (7,83) con buone prestazioni nelle aree infrastrutture, società ed economia (meno buoni i risultati nelle aree peso della Pa e istruzione). La Lombardia è settima (7,75) con buoni piazzamenti sotto il

Mercato del lavoro, coesione sociale, filiere strutturate. Peggio istruzione e infrastrutture

Prima in Italia per libertà economica, l'Emilia-Romagna si aggiudica da parte del Centro Einaudi un indice pari a 8,23, davanti a Trentino-Alto Adige (8,17) e Friuli-Venezia Giulia (7,90)



profilo della finanza, del mercato del lavoro e del peso della Pa, mentre il Lazio è tredicesimo (7,15), penalizzato da un ultimo posto sotto il profilo del peso della Pa, giustificabile dalla presenza della “farraginoso” capitale.

Nessuna sorpresa, purtroppo, da uno sguardo generale alla cartina italiana (immagine http://www.quadrantefuturo.it/media/3598/libert%C3%A0_ec_regioni2.pdf): ritorna la storica e netta divisione tra Nord – spiccano con un bel verde scuro Emilia, Trentino e Friuli – e Sud, con il Mezzogiorno che arranca tra Calabria, Puglia e Sicilia, ventesima in classifica (6,01), fanalino di coda dopo la Calabria, diciottesima (6,07) e la Puglia, diciannovesima (6,02). L'analisi del centro Einaudi propone anche una panoramica di livello internazionale. Partendo dagli attuali 27 membri dell'Unione europea, simula addirittura gli effetti di un'eventuale adesione della Turchia al grado di libertà complessiva dell'Unione stessa. Si allarga poi ad

aree indispensabili nel futuro dell'economia mondiale come alcuni paesi dell'ex Jugoslavia o le due grandi emergenti: Cina e India. E infine si restringe sullo stivale dove sette aree di analisi (economia, peso della Pa, finanza, infrastrutture, lavoro, società e, ultimo, istruzione e accesso al mercato del lavoro) condizionano i parametri base della libertà economica. E considerata nel suo insieme, a livello europeo l'Italia non brilla. Diciannovesimo posto su 27 membri: sul podio, Regno Unito, Lussemburgo e Irlanda.

Ancora lontani, dunque, dalla media Ue, anche perché il nostro Paese, pur essendo in linea per parametri quali “peso dello Stato” e “stabilità dei prezzi”, si distacca considerevolmente sul fronte “legalità”. In altre parole, la corruzione lungo lo stivale è troppo elevata per un'economia “avanzata”, e il compito di garantire il rispetto delle leggi e delle sentenze viene ulteriormente ostacolato da dalle inefficienze nell'amministrazione della giustizia ■

L'ANALISI

La parola all'economista Vincenzo Sbrescia, università La Sapienza “In Emilia-Romagna l'eccellenza è storia”

La ricerca del Centro Einaudi è un indicatore essenziale per decifrare i principali dati fisionomici della dimensione economica della società italiana, all'interno di una procedura che valuta in modo comparativo-concorrenziale i diversi altri Paesi dello spazio economico comunitario”, commenta Vincenzo Sbrescia, dottore di ricerca in Amministrazione pubblica europea e comparata presso la facoltà di Economia dell'università romana La Sapienza e professore presso la Facoltà di Giurisprudenza dell'università Unisu di Roma”. Lo studio sulle libertà economiche, oltre ad avere una proiezione esterna (i parametri italiani rispetto al più ampio contesto europeo) ha pure una proiezione domestica, rivolta a misurare gli indicatori riguardanti le singole aree regionali del Paese.

E proprio qui emerge l'Emilia-Romagna, regione leader del contesto nazionale, perché presenta, nelle diverse aree d'intervento esaminate, performance mediamente supe-

riori rispetto alle altre regioni, con picchi significativi nel settore del mercato del lavoro e con riguardo specifico ai positivi livelli di occupazione giovanile. Dall'indagine risulta che l'Emilia-Romagna costituisce un “sistema-regione” altamente competitivo, rappresentando un'area virtuosa in cui convivono, in un rapporto di armoniosa complementarietà, le varie componenti che connotano la libertà economica.

Va sottolineato – continua Sbrescia – che questa regione presenta storicamente caratteristiche d'eccellenza.

Già Robert Putnam, nel suo saggio su “La

tradizione civica nelle regioni italiane”, edito nel 1993, aveva evidenziato come l'Emilia Romagna, sul piano socioeconomico, rappresentasse un modello virtuoso sia in termini di razionalità organizzativa ed efficienza economica, sia in termini di rendimento delle pubbliche istituzioni. Nell'indagine si evidenziava, in particolare, che uno dei punti di forza del sistema territoriale regionale – vero capitale sociale della comunità – è rappresentato dal fortissimo senso civico dei propri cittadini che positivamente incide anche sugli altri fattori di sistema.

Lo studioso statunitense sottolineava, inoltre, che “l'Emilia-Romagna si è sempre caratterizzata per lo straordinario dinamismo del suo assetto economico-produttivo, connotazione che rende e rende tuttora questa regione (anche alla luce dei risultati dell'ultima indagine del Centro Einaudi che rappresentano quindi una felice conferma) una delle più competitive e ricche d'Italia e tra le aree più avanzate d'Europa” ■



Pubb



di Alberto Nico

Moltissime le aziende emiliano-romagnole che inseguono l'obiettivo della quotazione

Operazione Borsa Tutti a Piazza Affari

Impazza la voglia di Borsa tra le imprese dell'Emilia-Romagna. A dispetto delle ricorrenti crisi finanziarie internazionali, che rimbalzano anche sui listini milanesi con colpi tanto frequenti quanto insidiosi, la quotazione a Piazza Affari sta diventando un vero e proprio trampolino per il business di decine di società regionali, piccole e medie aziende in primis.

Dalla moda all'immobiliare, dalla meccanica avanzata ai servizi integrati, passando dall'alimentare fino all'alberghiero: un po' tutti i settori produttivi dell'economia regionale sono interessati da questa nuova frenesia borsistica. Che per ciascuno di questi comparti vede ai blocchi di partenza della quotazione i suoi migliori "campioni" del momento. Ma prima di entrare nel vivo della nuova corsa emiliano-romagnola a Piazza Affari, occorre fare un passo indietro a quanto successo negli ultimi 12 mesi.

Dopo anni di ritardo, rispetto ad altre regioni italiane, il sistema industriale regionale nel 2007 ha

bruscamente invertito il trend e si è aperto con decisione al mercato azionario. Stiamo parlando soprattutto di piccole e medie imprese, che fanno della regione la nuova "regina" del segmento Expandi di Borsa italiana (quello rivolto alle Pmi): con 10 società quotate (pari al 40% del mercato) e una capitalizzazione di 1.299 milioni di euro, l'Emilia-Romagna è diventata la regione maggiormente rappresentata. Ma non è tutto: se consideriamo il segmento Star (quello per aziende con fatturati oltre i 100 milioni) il divario con la Lombardia si è ulteriormente ridotto, grazie alla presenza di 18 società emiliano-romagnole (rispetto alle 27 lombarde) che rappresentano il 25% del segmento in termini di capitalizzazione (a fronte di un 30% lombardo).

Allargando poi il colpo d'occhio al panorama di tutte le piccole e medie imprese quotate sui mercati di Borsa italiana, l'Emilia-Romagna (36 società quotate con una capitalizzazione pari a 13.212 milioni di euro) consolida la secon-

da posizione dietro alla Lombardia (77 società quotate con una capitalizzazione pari a 23.177 milioni di euro).

Un fenomeno in rapida crescita sul quale stanno intervenendo anche le organizzazioni economiche regionali. A partire da Confindustria Emilia-Romagna che ha sottolineato come le varie iniziative lanciate siano dovute "al grande interesse dimostrato dalle aziende della regione verso il mercato borsistico".

E infatti il 25% delle piccole e medie imprese che si sono quotate nei primi nove mesi del 2007 hanno sede in Emilia-Romagna. "Da tempo Confindustria Modena - ha spiegato il presidente Vittorio Fini - è attenta a sviluppare e approfondire i temi riguardanti la finanza d'impresa, in particolare esplorando e facendo conoscere le opportunità che meglio si potrebbero adattare alle esigenze delle imprese".

Il fenomeno è trasversale a tutti i settori dell'economia regionale

Un'opportunità, quella del listino, che comincia a interessare anche il mondo dell'artigianato, ovvero le piccole e piccolissime imprese. "Cna Industria - ha affermato Loretta Ghelfi, segretario Cna Bologna, a Finanza&Mercati - ha avviato una campagna di sensibilizzazione e di orientamento per le piccole e medie imprese bolognesi che potrebbero essere interessate alla quotazione".

Che il mercato azionario piaccia alle imprese regionali, del resto, se n'è accorta subito anche Borsa Italiana, che nelle scorse settimane ha diffuso uno studio, ripreso da vari quotidiani finanziari, che stima in ben 800 il numero di imprese

dell'Emilia-Romagna in condizione di intraprendere la strada verso Piazza Affari, di cui 150 sarebbero pronte già da subito.

Se questo è il nuovo scenario, vediamo allora quali sono i principali player emiliano-romagnoli che stanno scalpitando per il debutto sui

listini. Con un occhio di riguardo alle "quotande" bolognesi, che guidano il drappello delle nuove matricole di Borsa regionali pronte allo sbarco entro il 2007 o nei primi mesi del 2008, le quali si

andranno aggiungere alle 14 società che dalle Due Torri sono già partite verso la Piazza milanese.

Dopo l'esordio col botto in ottobre (più 5,11% il rialzo del titolo al debutto) della bolognese Piquadro, leader nella pelletteria di lusso, sono ancora bolognesi quattro delle nuove sette matricole regionali: Manutencoop (servizi integrati), Didimo Zanetti (meccanica), l'imolese House Building (edilizia residenziale, nata da uno spin-off della controllante e già quotata UniLand, anch'essa bolognese) e Best Union (sistemi di biglietteria elettronica).

La propensione tutta bolognese alla quotazione è confermata ancora dalle stime di Borsa italiana, secondo le quali sotto le Due Torri sarebbero 200 le imprese di piccola e media dimensione con tutte le carte in regola per entrare a Piazza Affari, di cui 15 in pole-position già da subito.

Oltre alle bolognesi, le altre matricole provengono da Modena. Come la società tessile carpigiana Liu Jo, leader nel femminile e casual, che per bocca del patron Marco Marchi ha annunciato la quotazione "a breve, ma vincolata alle strategie dell'azienda", ovvero quelle dell'internazionalizzazione, già cominciata con le aperture in Giappone.

Nel segmento
Expandi
l'Emilia Romagna
conta ben dieci
società quotate



Altra modenese, altro settore: Grandi Salumifici Italiani ha depositato il 10 ottobre in Borsa e Consob la richiesta di ammissione al segmento Star del mercato milanese, che avverrà tramite un'offerta pubblica di vendita e sottoscrizione (Opvs) aperta al pubblico in genera-

LA SCHEDA

Chiarezza nel rapporto proprietà-impresa e concrete prospettive di sviluppo Le "buone regole" per cogliere le opportunità del listino

Undici buone regole per lo sbarco a Piazza affari. Sono quelle indicate da Borsa italiana alle piccole e medie imprese che stanno valutando l'apertura del proprio capitale al mercato borsistico.

"Poter attingere a risorse finanziarie tramite il mercato borsistico potrà essere per molte aziende un importante acceleratore della propria crescita", sottolineano gli esperti di Borsa italiana.

A patto che si tenga conto di alcuni fattori importanti. "Il successo di un'Ipo (Interest public offer) dipende dalla volontà dell'azienda di crescere - avvertono a Piazza Affari - e dalle concrete prospettive di sviluppo, dal modo in cui ci si prepara ad affrontare il mercato, dall'aver fatto chiarezza nel rapporto proprietà-impresa, dalla presenza

di un management professionale e dalla disponibilità di comunicare in modo trasparente ed efficace". Ecco allora nel dettaglio, secondo gli specialisti del listino milanese, che cosa valutare con attenzione: il vantaggio competitivo e quanto può essere sostenibile; la performance industriale e la creazione di valore sia storico che prospettico; le effettive esigenze di finanziamento; lo standing, la visibilità e l'immagine dell'azienda; la qualità del management aziendale; le caratteristiche della governance societaria; la qualità dei sistemi aziendali; la trasparenza della gestione e delle relazioni con gli stakeholders; la capacità di attrarre investitori e il tempo a loro dedicabile; l'entità del flottante messo sul mercato; il timing dell'operazione con riguardo all'andamento del mercato azionario ■



L'INIZIATIVA

Obiettivo del servizio, raggiungere meglio le potenziali "matricole" **A Modena il primo Exchange information Point**

Piazza Affari più vicina per le aziende dell'Emilia-Romagna. È stato aperto infatti ad ottobre a Modena il primo Exchange information point di Borsa Italiana, uno sportello di servizio il cui obiettivo è quello di raggiungere direttamente sul territorio le potenziali matricole, informando e supportando le imprese della regione che si vogliono avvicinare al mercato dei capitali mediante la quotazione sui listini milanesi. L'iniziativa, promossa da Borsa Italiana e delle organizzazioni confindustriali di Modena e dell'Emilia-Romagna, vuole "accompagnare l'imprenditore nel percorso di valutazione delle diverse opportunità e avvicinare il mondo delle imprese non quotate al mondo delle imprese quotate, per condividere le opportunità derivanti dai mercati dei capitali", spiega una nota di Confindustria regionale.

L'Info Point offrirà infatti agli imprenditori informazioni di tipo statistico e incontri con professionisti specializzati per una valutazione preliminare della quotabilità dell'azienda o per l'avvio del processo di quotazione. Non sorprende la decisione di lanciare l'iniziativa in Emilia-Romagna. Il 25% delle piccole e medie imprese che si sono quotate in Borsa nei primi nove mesi del 2007 hanno sede in regione, che per numero di piccole e medie imprese quotate è seconda in Italia solo dietro alla Lombardia. Anna Maria Artoni, presidente di Confindustria Emilia-Romagna, ha sottolineato che "la scelta di aprire l'Exchange Information Point in Emilia-Romagna assume un particolare rilievo, in una regione tra le aree d'Europa a più elevata vocazione manifatturiera che rappresenta una quota significativa dell'economia italiana" ■

le in Italia e agli investitori istituzionali all'estero.

In corsa per la quotazione, ma con tempi più lunghi, vi è anche la riminese Meta Hotel, che mentre punta all'espansione a est sta anche progettando un'Ipo aprendo il suo capitale a un fondo di private equity. "L'ingresso nel capitale dovrebbe avvenire nel 2008, mentre la quotazione, probabilmente sull'Expandi, è prevista tra 2-3 anni quando il gruppo avrà raggiunto un fatturato di 73 milioni e un Ebitda di 10,5 milioni", ha annunciato Antonio Salvatori, presidente e maggiore azionista della società di management alberghiero, che ha chiuso il 2006 con 31 milioni di euro di ricavi.

Espansioni produttive e distributive, nuovi investimenti tecnologici e aperture di sedi estere sono le motivazioni principali che spingono le aziende alla quotazione. La decisione di quotarsi "nasce da una serie di ragioni - ha spiegato Luca Montebugnoli, presidente di Best Union (tra i soci figura anche la vedova di Luciano Pavarotti, Nicoletta Mantovani) - tra cui la

principale è uscire da una dimensione limitata per sviluppare il nostro business in Europa, sviluppando una serie di partnership con importanti competitor". E ancora: "L'obiettivo dell'Ipo è reperire risorse per incrementare la produzione con nuovi macchinari portando all'interno parte della produzione che attualmente è data in outsourcing", ha dichiarato Andrea Zanetti, socio di maggioranza della Didimo Zanetti, gruppo bolognese specializzato nel settore di organi di trasmissione (16,7 milioni di euro di fatturato nel primo semestre 2007) che a novembre è approdato sul segmento Expandi.

Più in generale, come ha osservato la segretaria di Cna Bologna, "il reperimento di capitale di rischio costituisce un'importante fonte di finanziamento per i programmi di sviluppo delle aziende. In particolare i progetti di crescita interna, le acquisizioni, i progetti di rete e i processi di internazionalizzazione richiedono ingenti fonti finanziarie spesso non agevolmente reperibili dalle piccole e medie imprese".

Se nella quotazione "a misura di

Pmi" l'Emilia-Romagna sta facendo scuola, tuttavia sono ancora tante le resistenze, soprattutto culturali, che frenano la decisione di quotarsi in decine e decine di aziende regionali, nonostante queste abbiano tutti i requisiti per uno sbarco di successo a Piazza Affari, come evidenziato dallo studio citato di Borsa Italiana. "Per imprese di piccole e medie dimensioni a conduzione prevalentemente familiare come le nostre - ha ammesso il presidente degli industriali modenesi, Vittorio Fini - fare la scelta della quotazione è tutt'altro che facile". Le difficoltà per le Pmi nell'apertura al mercato, secondo alcuni analisti, starebbero in due ordini di fattori: "Da un lato, infatti, si teme che gli obblighi informativi legati allo status di società quotata siano troppo onerosi; dall'altro si pensa che l'ingresso sul mercato possa modificare la flessibilità dell'azienda che rappresenta uno degli aspetti vincenti di una società medio-piccola". Un'analisi, questa, destinata forse a essere smentita se il trend delle quotazioni nel 2007 dovesse continuare anche nei prossimi anni ■

di Rossella Pressi

Punto di riferimento per l'industria delle piastrelle, della ceramica e dei refrattari

Fondi di categoria L'esempio del Foncer

Grandi risultati nel 2007 per Foncer, il Fondo pensione complementare per i lavoratori dipendenti dell'industria delle piastrelle di ceramica e dei materiali refrattari. Gli iscritti sono aumentati del 51% e il totale amministrato è a quota 92 milioni di euro per un rendimento di circa il 37% dal

2000 a oggi. I dati, aggiornati al 30 settembre 2007 riguardano il comparto bilanciato di Foncer.

Entrati nel sistema previdenziale italiano nel 1993 in occasione della prima legge di riforma del sistema pensionistico, i fondi pensione sono partiti in sordina. A fine

2005, infatti, i lavoratori dipendenti privati che avevano esplicitamente aderito alla previdenza complementare erano poco più di un milione e versavano ai loro fondi pensione circa 1,6 miliardi di euro all'anno, di cui la metà da Tfr (su un flusso potenziale di 19 miliardi di Tfr, meno di un miliardo era la quota destinata

alla pensione complementare). La svolta nel 2007, con l'entrata in vigore della riforma previdenziale e della relativa legge delega di riforma del Tfr, che ha coinvolto 12 milioni di lavoratori dipendenti del settore privato più 6 milioni di autonomi.

In Emilia-Romagna, tra i fondi che hanno tratto maggiore vantaggio da questa riforma c'è proprio il Foncer, che al 30 settembre 2007 conta 15.400 soci (a cui vanno aggiunti i 340 che hanno scelto il silenzio-assenso) a fronte di un bacino di utenza di 29mila addetti. Del totale iscritti, il 90% (13.500 unità) lavora in Emilia-Romagna, in particolare tra le province di Modena e Reggio (10.300). "La strategia del Foncer - spiega Luigi Annovi, vicepresidente della Ceramica Cesar e amministratore unico di Novoceram - è la stessa di tutti i fondi negoziali e cioè ottenere dal comparto il massimo delle iscrizioni e al contempo dare agli operai un fondo pensione che garantisca una tranquillità alla fine della vita lavorativa". Al momento le possibilità offerte dal Foncer sono due: il comparto bilanciato e il comparto garan-

tito anche se, annuncia Annovi, "il comparto dinamico è alle porte; abbiamo già cambiato lo statuto per inserire questa novità e abbiamo già fatto la gara per affidarne la gestione ad amministratori specializzati".

Il Comparto Bilanciato è attivo dal 2000 ed è affidato a 3 gestori finanziari (Duemme SGR, Pioneer SGR, MontePaschi SGR) che amministrano 92,5 milioni di euro di cui il 70% sul mercato obbligazionario e il 30% su quello azionario (15% Merrill Lynch Euro Govt Bill Index, 55% JPMorgan Global Govt Bond Emu LC, 15% MSCI Europe, 15% MSCI ex Europe). Il Comparto Garantito è attivo dal primo luglio 2007 e ad oggi ha affidato nelle mani degli amministratori (Eurizon Vita SpA con delega a Eurizon Capital SGR SpA) circa 50mila euro versati dai silenti, per essere investiti il 95% sul mercato obbligazionario e il 5% su quello azionario (95% JP Morgan EGBI 1-5 anni, 5% MSCI EMU Net return con dividendi reinvestiti). Il totale dei versamenti del nuovo Comparto Dinamico, pensato per i più giovani e quindi per un rendimento a lungo termine, verranno investiti in azioni per almeno il 60% ■

Un ottimo 2007 per i lavoratori che hanno scelto di destinare il proprio Tfr

Il nuovo presidente del Foncer Luigi Annovi è stato eletto per il triennio 2007-2009 e sostituisce Emilio Mussini

L'ANALISI

Parola d'ordine, battere i tassi della gestione Inps Come e dove si investe

La strategia finanziaria - spiega Luigi Annovi - è finalizzata ad ottenere un rendimento maggiore di quello che si otterrebbe lasciando il Tfr in azienda o in gestione all'Inps. E infatti così è stato, anche se nel 2006 causa la crisi della borsa e nel 2007 causa il prezzo del petrolio, i rendimenti non sono stati pari a quelli degli anni precedenti. Nel complesso comunque il rendimento medio è risultato più alto di quello che si sarebbe ottenuto lasciando il Tfr in azienda". Il dove è più interessante, date le recenti polemiche che hanno attraversato il fondo Cometa, punto di riferimento per

il comparto metalmeccanico. Il Foncer come si tutela? "Nelle convezioni che abbiamo stipulato con i quattro gestori finanziari - spiega Annovi - abbiamo inserito una clausola che li impegna ad allocare le risorse su investimenti etici se le prospettive di rendimento saranno equivalenti ad altre". Investimenti che però non sempre danno rendimenti all'altezza: "Il nostro - precisa - è almeno un impegno morale che si aggiunge alla volontà di far sì che gli iscritti al Foncer siano soddisfatti del loro investimento una volta che arriverà il momento di godere dei versamenti fatti" ■



Pubb

di Giuseppe Sangiorgi

Il settore si apre all'innovazione e alle nuove frontiere dell'e-commerce

Il turista del futuro viaggia sul web

L'orizzonte senza confini della rete per aprire, sviluppare e consolidare contatti e relazioni in un settore che di questi vive. Sulle nuove frontiere del turismo legate all'e-commerce, si è sviluppata a Rimini la settima edizione del Forum del Turismo nel Mediterraneo, il più importante e longevo progetto dedicato alla creazione e allo sviluppo di rapporti economici fra gli imprenditori italiani e quelli dei Paesi che si affacciano sul "Mare Nostrum", attivi nella filiera.

L'evento organizzato dalla Camera di Commercio di Rimini in

collaborazione con l'Istituto nazionale per il Commercio Estero si è svolto a Rimini Fiera, in contempo-

anea alla 57esima edizione di Sia Guest, Salone Internazionale dell'Accoglienza, secondo un abbinamento che ha contraddistinto questi sette anni di vita del Forum.

Nella ottimizzazione di risorse che deriva da un uso sapiente di internet il turismo può trovare nuove prospettive, come ha evidenziato il convegno centrato sul "Ruolo dell'innovazione tecnologica e dell'e-commerce nel Turismo". Un argomento fondamentale, visto che la comunicazione turistica e le prenotazioni on-line rappresentano una soluzione tecnologica formidabile per lo sviluppo del settore, oltre ad essere le forme più utilizzate e produttive degli ultimi decenni.

"Ognuno è consapevole - dice Manlio Maggioli, presidente della Camera di commercio di Rimini - che il turismo costituisce la risposta più naturale ad uno sviluppo

futuro equilibrato economicamente e socialmente. Ciò grazie ad una dinamica industria dell'ospitalità, fondata su un territorio infrastrutturato, un sistema di impresa diffusa, un adeguato capitale umano e ad una rete di servizi capillare ed innovativa. Qui si può combinare la fertilità del turismo e l'apertura al mondo offerta dalla rete globale con i vantaggi e le opportunità rappresentati dai sistemi di prenotazione internazionale più dinamici. Affinando la nostra sensibilità su questo scenario - conclude Maggioli - credo che sapremo valorizzare al meglio i sette anni impegnati nei lavori del Forum e garantirci un'apertura sul futuro per la realizzazione degli obiettivi dell'Associazione Intermediterranea per il Turismo".

L'Associazione, nata nel 2004 con la finalità di promuovere il turismo su larga scala nel bacino del Mediterraneo, conta 22 soci pubblici e privati, ed è un mezzo concreto che favorisce scambi non solo commerciali, ma anche di idee e progetti, proprio attraverso un sistema di collegamenti in rete, iniziative di e-commerce e di e-learning e il sito internet www.intermedit.org. Ora è chiamata a raccogliere l'eredità del Forum che pure in questa edizione ha avuto un momento decisivo nei business meeting, quasi 600 tra cento imprese italiane e cinquanta delegati degli otto paesi partner: Algeria, Egitto, Giordania, Libia, Marocco, Siria, Tunisia e Turchia.

Il totale dei delegati stranieri nelle sette edizioni ha raggiunto quota 430, mentre gli incontri di affari sono stati oltre 8mila: numeri ragguardevoli nel promuovere il turismo e, più in generale, le relazioni economiche, commerciali e culturali nel bacino del Mediterraneo ■

A Rimini Fiera la settima edizione del "Forum del turismo nel Mediterraneo"



Carlo Alberto Roncarati,
presidente della Camera
di commercio Ferrara



FOCUS

Prospettive di sviluppo in un settore centrale per l'economia estense

Ferrara punta sul marketing

Una riflessione articolata sul complesso mosaico del turismo ferrarese. È quanto emerge dal "piano di marketing per lo sviluppo turistico della provincia di Ferrara", realizzato per Camera di commercio e Provincia, che l'hanno finanziata, dalla Teamwork. La ricerca, è stata presentata nel corso della Giornata Provinciale del Turismo organizzata a Ferrara Fiere, per delineare prospettive di sviluppo con un occhio di riguardo ai temi della qualità, dell'innovazione, del rafforzamento dell'offerta, delle politiche di accoglienza, della promozione della domanda, della commercializzazione. "Sul mercato turistico – sostiene il presidente della Camera di commercio, Carlo Alberto Roncarati – Ferrara ha un grosso peso, che altre località non possono vantare. E' una città completa, e se

si iniziasse a comunicarlo in modo più esplicito, e a vendere la destinazione, tutti gli alberghi e l'intera filiera ne avrebbero una ricaduta importante".

La crescita a Ferrara e dintorni è stata a due cifre nel periodo gennaio-settembre (arrivi +25 %, presenze + 17 %), mentre a Comacchio e nei lidi sono in aumento gli arrivi (+7%), ma in calo le presenze: segno di un pendolarismo che deriva da un reddito inferiore. Indice del fatto che occorre lavorare sul prodotto e non solo sul mercato.

Secondo la ricerca di Teamwork, il turismo estense si può suddividere in tre fasce: congressuale, che è in fase di ingresso sul mercato, culturale, in via di sviluppo, e di affari, già maturo, dove si concentra il 75 per cento del totale. Le prospettive di crescita si concentrano sul

settore culturale, dove si possono raddoppiare le presenze. Anche per il congressuale, eventi e spettacoli e pacchetti turistici integrati si possono ipotizzare sviluppi. Secondo la ricerca, gli strumenti utili possono essere una più intensa attività di relazioni con i media e una gestione unica per l'incoming con una struttura pubblico-privata che possa definire le strategie di vendita, la riqualificazione delle strategie di vendita. "Non esiste una sola direttrice di marcia per lo sviluppo, ma diverse azioni da porre in campo – dice il presidente della Provincia, Pier Giorgio Dall'Acqua – Per aumentare le presenze dobbiamo riqualificare il prodotto e mettere in campo azioni di commercializzazione con il privato, le associazioni e gli enti del territorio" ■

Pubb

di Giuseppe Sangiorgi

Ha fatto tappa a Bologna il programma della Commissione europea AL-Invest

Un ponte verso l'America Latina

Arriva da Bologna un messaggio al mondo imprenditoriale europeo: la crescita economica, unita alla progressiva stabilità finanziaria e politica fa dell'America Latina un mercato sempre più interessante per sbocchi commerciali e investimenti produttivi per il vecchio continente. Nel capoluogo emiliano-romagnolo ha fatto tappa il programma AL-Invest, varato dalla Commissione europea con l'obiettivo di rafforzare lo sviluppo di cooperazione e partenariati tra imprese ed istituzioni dell'Ue e i loro omologhi di 18

Paesi dell'America Latina, in modo da incentivare l'interscambio tra le due aree.

Con i progetti finanziati nella terza fase (che si concluderà nel 2008), la Commissione ha pro-

mosso incontri settoriali, eventi e scambi di esperienze tra Pmi europee e latinoamericane attraverso business meeting nel corso di fiere, assistenza ad imprese con progetti di collaborazione industriale, giornate tecnologiche, seminari, workshop e attività di formazione.

L'evento, che ha trovato il sostegno di Unioncamere Emilia-Romagna, ha costituito un punto di incontro tecnico tra i principali operatori ed enti che lavorano a supporto delle Pmi tra Europa e America Latina nel passaggio tra la terza e la quarta fase di AL-Invest: "Queste giornate - afferma Andrea Zanlari, presidente di Unioncamere - hanno rappresentato un'occasione per riflettere sul cammino compiuto e impostare efficacemente proposte sintetizzate in un documento finale che la Commissione utilizzerà per impostare la nuova linea di finanziamento. È significativo che proprio qui sia stato convocato questo

incontro: da tempo infatti, il "sistema Emilia-Romagna" si è attivato in iniziative per accompagnare le imprese nei percorsi di internazionalizzazione verso l'America Latina, per stimolare collaborazioni produttive e joint-ventures, realizzando diverse tipologie di interventi".

L'America Latina, con il suo tasso di aumento medio del PIL complessivo, ad oggi vicino al 5%, rappresenta un mercato di primario interesse per le imprese emiliano-romagnole. Nell'ultimo anno, l'export verso l'area è cresciuto del 17,5%: l'Emilia-Romagna è, ad esempio, la seconda regione italiana per quote di esportazione in Cile, la terza in Argentina e Brasile, la quarta in Messico e Uruguay.

Accanto alla Regione Emilia-Romagna, attiva da anni in progetti per favorire la penetrazione delle imprese nei mercati latino americani, Unioncamere e le Camere di commercio si sono mosse con varie iniziative verso l'America Latina, in collaborazione con le associazioni imprenditoriali, il sistema fieristico, le Università. Obiettivo comune è migliorare la cooperazione tecnica, commerciale e industriale e aprire nuove prospettive di crescita.

Un esempio è il progetto America Latina, imperniato su un Protocollo di collaborazione siglato nell'ottobre 2005 tra l'Inter-American Investment Corporation (l'IIC), la Regione e Unioncamere Emilia-Romagna, che insieme al sistema camerale della Toscana e al Business Innovation Centre della Regione Lazio, hanno iniziato a lavorare per costruire un "ponte" tra le Pmi italiane e sudamericane. Lo scopo del progetto è duplice: l'assistenza e la consulenza alle imprese che desiderino instaurare

Un piano d'azione per incentivare l'interscambio con un mercato molto promettente





rapporti d'affari con l'area e l'erogazione di finanziamenti a partnership italo-latino americane attraverso la IIC. "Anche attraverso il Protocollo - precisa Zanlari - siamo impegnati a trasferire il modello di imprenditorialità diffusa che caratterizza l'economia regionale, articolata in distretti e filiere produttive basate sulla piccola e media impresa, nelle realtà dei territori locali".

Il primo passo del progetto è stato la creazione di due database, articolati per filiere e per mercati di riferimento, con informazioni su imprese italiane e latino-americane interessate a iniziative di import-export, joint venture e investimenti diretti: quelle ritenute valide potranno essere finanziate dall'IIC. I database, che contano rispettivamente 230 aziende italiane e 400 latino americane, sono costantemente aggiornati e condivisi dalle iscritte per incrementare le opportunità di collaborazione e vedere la propria partnership supportata da un finanziamento. "Tra le imprese

italiane - dice Ugo Girardi, segretario generale di Unioncamere Emilia-Romagna - ne sono state selezionate 141 in Emilia-Romagna e la IIC sta concludendo il finanziamento alla prima azienda del nostro territorio. Il significativo livello di coinvolgimento delle imprese, perseguito in collaborazione con le associazioni di categoria, dalle nove Camere di commercio della regione, indica le potenzialità di questa iniziativa".

Di recente IIC ha chiuso un accordo con Simest, società pubblica italiana che sostiene finanziariamente gli investimenti italiani all'estero, per un plafond di 30 milioni di euro riservati alle operazioni sui Paesi dell'area latino americana. "Nel 2008 - conclude Girardi - verrà organizzato in Emilia-Romagna un incontro per evidenziare lo stato di avanzamento del progetto di collaborazione con la Toscana e il Lazio, che potrebbe essere esteso anche alle Marche e all'Umbria, a fronte dei positivi risultati finora ottenuti" ■

LA SCHEDA

Creati numerosi posti di lavoro Dal '93 al servizio delle Pmi

Il Programma AL-Invest opera dal 1993 come strumento per favorire la collaborazione tra Pmi dell'Unione Europea e dell'America Latina attraverso i propri membri accreditati (detti Coopeco ed Eurocentros, a seconda se la sede sia in un paese dell'Ue o dell'America Latina). Si tratta di una rete che, attraverso azioni di vario genere, si è dimostrata efficace sia nel Programma che esternamente allo stesso.

Il Programma dispone di un budget di 42 milioni di euro ed è cofinanziato dalla Commissione Europea e dal Consorzio AL-Invest III che è integrato da due "Full members" (Eurochambers, l'associazione alla quale aderiscono 41 organismi camerali di rappresentanza nazionale di Paesi europei, e Bancomext) e sei "consultive members" (Bolsa Mendoza, Aece, Gepci, Cainco, Aila e Aico). Secondo uno studio fatto su un campione di 206.370 imprese presentato durante il convegno, il Programma AL-Invest è conosciuto dagli imprenditori latino americani, avendo una penetrazione del 5% nel tessuto produttivo del continente. La promozione della media e piccola industria ha come conseguenza il mantenimento e la creazione di impiego, ed è quindi uno dei più efficaci strumenti di lotta contro la povertà. Fra i consulenti del Programma, i più attivi sono quelli italiani e spagnoli con oltre 30 milioni di euro di accordi conclusi tra le Pmi assistite ■



OBIETTIVI

Nata nel 2003 a Faenza come associazione, si è insediata ufficialmente a Roma Apri i battenti la Camera di commercio italo-argentina

Promuovere ed intensificare le relazioni commerciali, finanziarie, culturali e i rapporti di collaborazione economico-tecnica tra imprese di Italia e Argentina. È l'obiettivo della Camera di commercio italo argentina (CaCIA), nata nel 2003 a Faenza come associazione, che ha aperto la propria sede a Roma. Della Camera di commercio Italo Argentina di cui fanno parte imprese, associazioni, istituzioni, camere di commercio italiane (tra cui quelle di Parma, Ravenna oltre a Unioncamere Emilia-Romagna) ed italiane in Argentina, enti di promozione di entrambi

i paesi. L'attività si basa su quattro direttrici di lavoro: commerciali e di promozione dell'export, promozionali, formative e seminari, istituzionali e di comunicazione.

"Attraverso la CaCIA - afferma Pietro Baccarini, presidente delle Camere di commercio italo-estere - l'impresa entra a far parte di una rete attiva di operatori con un continuo interscambio di esperienze e di know how. È una politica di promozione, valorizzazione e supporto verso una terra che presenta opportunità immense non del tutto esplorate" ■

di Thomas Foschini

Buoni risultati per le Pmi emiliano-romagnole anche nel primo semestre 2007

La crescita continua Parola di Trender

Nel primo semestre 2007 la crescita prosegue. Questo il quadro che emerge dalla rilevazione di Trender, l'Osservatorio congiunturale sulla micro e piccola impresa dell'Emilia Romagna, realizzato da Cna e Federazione delle Banche di Credito Cooperativo, con la collaborazione di Istat, che ha esaminato un campione rappresentativo di 5.040 sotto i venti addetti operanti in otto settori, alimentari e bevande, costruzioni e impiantistica, legno e prodotti in legno, metalmeccanico, riparazioni veicoli, sistema moda, trasporti, magazzinaggio e comunicazioni. Una notizia "non scontata", afferma il rapporto, tenuto conto che regioni similari per tipologia di struttura produttiva quali il Veneto

Lo afferma l'Osservatorio di Cna e BCC: "Un risultato non scontato"

hanno invece registrato un calo. In Emilia-Romagna, invece, si prevede addirittura una nuova accelerazione, con dati positivi non solo sul fronte produzione, ma anche per investimenti e valore dell'export.

Tre gli indicatori utilizzati da Trender: domanda, investimenti, costi. Nella prima parte dell'anno, gli indicatori di domanda mostrano una dinamica molto positiva: accelera la crescita del fatturato totale (più 5,4% rispetto allo stesso semestre del 2006). Segna una positiva inversione di tendenza la componente estera (più 14,7%) toccando il livello più elevato dalla fine del 2005, e cresce il fatturato per conto terzi, più 9,4%. Relativamente ai singoli settori, la performance più brillante è quella del legno (più 9,8%), seguito dalla meccanica (più 9%), dai servizi alla persona (più 6,17%), dalle costruzioni (più 4,75%) e dall'alimentazione (più 3,31%). I trasporti segnano un più 2,68%, e anche nelle riparazioni la crescita del fatturato non raggiunge il 3% (ma il risultato è molto soddisfacente, perché si tratta di un'inversione di tendenza). L'unico comparto in evidente difficoltà è – non da oggi – il sistema moda, meno 3,28% nel

primo semestre. Coerentemente con la ripresa della domanda, volano anche gli investimenti complessivi, più 9,7% rispetto allo stesso periodo 2006. Ancora più decisa la crescita tendenziale, più 27,7%, registrata della componente "macchinari" (pari in media al 18% del totale investimenti). La dinamica dei costi vede una crescita delle spese per formazione, e una diminuzione delle spese per retribuzioni, consumi e assicurazioni. Non si sa – rileva Trender – se per il sempre più frequente ricorso all'outsourcing o per effettiva implementazione di tecnologie più efficienti ■

Le dinamiche territoriali

Per fatturato complessivo, navigano in ottime acque Piacenza e Ravenna, con tendenziali di crescita nell'ordine del 4%. Deciso aumento – con inversione di tendenza – anche per Ferrara, più 8,52%, con una ripresa anche della componente estera. A Forlì-Cesena riprende forza il fatturato totale (più 9,26%), con un balzo del fatturato per conto terzi (più 7,92%). A Bologna, forte crescita di fatturato (più 8,53%) e investimenti complessivi (con inversione del tendenziale). Modena dice la sua, con un più 5,15% e un ruolo trainante della componente per conto terzi, mentre Parma va bene per fatturato (più 6,53%), meno per gli investimenti, al livello più basso degli ultimi due anni. A Rimini, fatturato a più 8,71% (componente per conto terzi più 15,87%). Segnali contrastanti da Reggio, dove ai cedimenti sul versante del fatturato sia totale (meno 3%) che estero (meno 14,04), si affianca una crescita importante del fatturato per conto terzi (più 10,79%) e degli investimenti complessivi (più 15,11%) ■



OBIETTIVI

Priorità ai servizi finanziari, insieme a fisco e burocrazia Le "piccole" chiedono credito

Le Pmi in Emilia-Romagna costituiscono il 97,80% del totale aziende, e assorbono il 56,91% della forza lavoro. E, secondo la rilevazione Trender, godono di ottima salute: "Numeri e andamento congiunturale – hanno commentato Gabriele Morelli e Daniele Quadrelli, rispettivamente segretario e presidente di Cna Regionale – dimostrano come per questa tipologia di imprese, il credito, accanto a fisco e burocrazia, costituisca una priorità. Imprese che lavorano sul breve periodo e non su programmi di investimento a lungo termine, devono poter disporre, in modo costante, di un credito accessibile e poco costoso, potendo contare in tal senso, sia su una disponibilità di denaro da parte delle banche, sia sugli incentivi pubblici". Il tutto considerando che la propensione agli investimenti da parte delle Pmi, dati alla mano, non ha nulla da invidiare a quella delle "sorelle maggiori" ■

SUPERATA LA FASE DIFFICILE

Secondo l'Osservatorio subfornitura tecnica 2007, indagine campionaria su 610 imprese di sei regioni, la ripresa del settore è in corso. L'Emilia-Romagna si distingue per aumento degli ordini (+41,9%) e propensione agli investimenti (51,7%).

Il Comitato Network Subfornitura che realizza l'indagine annuale sulla subfornitura tecnica, fa riferimento alle Unioni Regionali delle Camere di Commercio di Piemonte, Lombardia, Emilia-Romagna, Toscana, Umbria, Basilicata e dal Centro regionale della subfornitura del Friuli-Venezia Giulia) oltre che Cna e Unioncamere nazionali e Ucima.

La ripresa c'è e si vede, ma per proseguire su questa strada, la subfornitura deve sviluppare ulteriormente pluricommitenza e spinta all'internazionalizzazione. Sono queste alcune delle principali indicazioni dell'Osservatorio 2007, realizzato per il Comitato Network subfornitura dal Cesdi di Torino su un campione di imprese di sei regioni (tra cui l'Emilia-Romagna). Dopo la crisi degli anni 2002 e 2003, ora è concreta un'inversione di tendenza: le imprese che hanno potuto realizzare incrementi dell'attività nel 2006 sono state ben il 55,8% e in particolare quelle sopra i 50 addetti. L'Emilia-Romagna si distingue per altri segnali positivi: l'aumento degli ordini (+41,9%) e una forte

propensione agli investimenti (51,7%, oltre 7 punti percentuali in più rispetto al 2006).

“Il rapporto evidenzia una ripresa - sottolinea Glauco Cavassini, presidente del Comitato Network Subfornitura - La sensazione è che le imprese abbiano ripreso ad investire, pur se restano difficoltà sul fronte dei ricavi tanto che sono costrette a fare sempre più volumi per non perdere quote a fronte della costante diminuzione del costo unitario delle merci”.

Sul mercato europeo, “la Germania sta riprendendo il suo ruolo trainante e questo significa un beneficio generale per gli ordini delle imprese”.

Dall'Osservatorio 2007 emerge che le imprese di subfornitura indirizzano la propria offerta verso un ventaglio di settori, mediamente quattro diversi.

Tra gli aspetti che qualificano l'offerta, di particolare rilievo sono un sistema qualità certificato, e, fattore di competitività di crescente importanza, la capacità del subfornitore di fornire al committente servizi diversi dalla semplice esecuzione del compito affidato. “E' fondamentale sviluppare la pluricommitenza per migliorare la qualità di esecuzione - conclude Cavassini - Occorre poi saper fornire un valore aggiunto in inventiva, assistenza, ricerca. Creatività, qualità, un rapporto con il com-

mittente che diventa di consulenza e assistenza, e addirittura tende alla partnership: sono queste le parole chiave necessarie per affrontare il futuro”.

CAMPO DI INDAGINE

Base di rilevazione

L'Osservatorio Subfornitura ha come oggetto di rilevazione le piccole e medie imprese italiane della subfornitura tecnica.

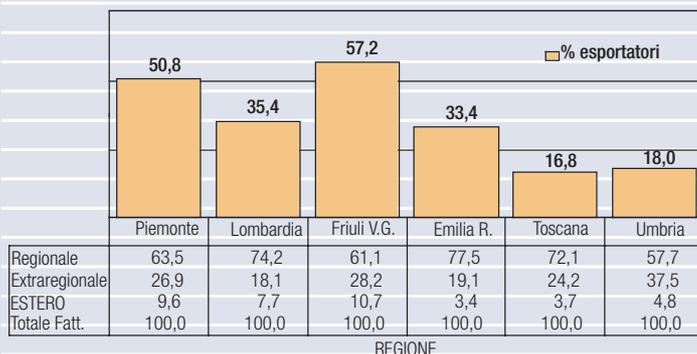
In particolare, l'Osservatorio esamina le aziende comprese nella fascia 6 - 99 addetti localizzate in sei regioni (Piemonte, Lombardia, Friuli Venezia Giulia, Emilia-Romagna, Toscana e Umbria) e con attività rientranti nei settori: meccanica, elettromeccanica ed elettronica, plastica e gomma.

L'indagine è stata condotta in base ad un campione, di 610 unità, stratificato per classi di addetti e regioni.

Poiché il campione utilizzato non è di tipo proporzionale, tutti i dati rilevati sono stati opportunamente ripesati sulla base della composizione della popolazione di riferimento. Pertanto, i dati medi e gli indicatori presentati in questo rapporto riflettono l'effettiva struttura dimensionale e regionale esistente all'interno del campo di indagine che costituisce la base di riferimento della rilevazione.

Per quanto riguarda l'identifica-

AREE DI MERCATO DELLA SUBFORNITURA (ripartizione del fatturato e % di esportatori)

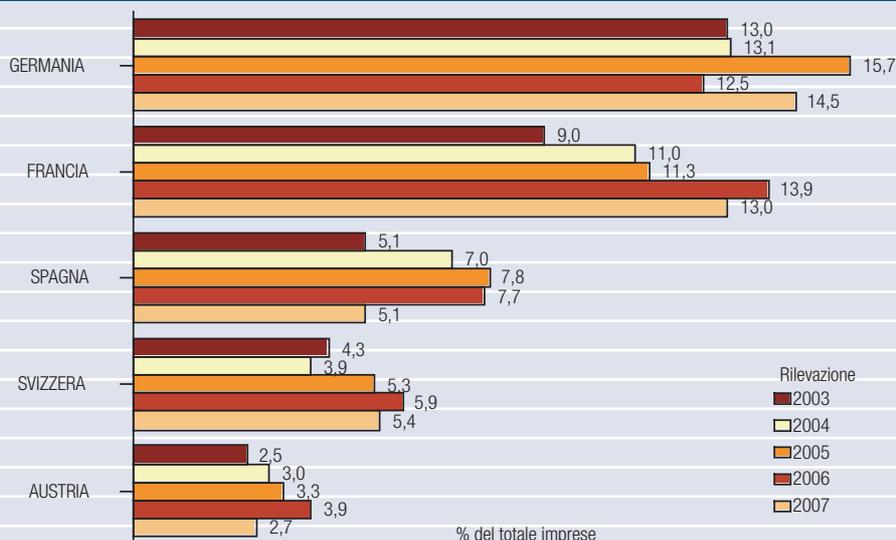


zione delle attività in subfornitura, l'Osservatorio considera sotto questa voce:

- (1) le lavorazioni realizzate per conto di terzi;
- (2) i prodotti (parti, componenti, complessivi, ecc.) fabbricati su commessa sulla base di specifiche tecniche dei committenti.

Nella rilevazione sono incluse solo le aziende nelle quali queste due componenti, nel loro insieme, superano la metà del fatturato. Nel campione 2007 l'attività svolta in subfornitura rappresenta mediamente il 97% del giro d'affari delle aziende così composto: 53% nella forma di prodotti su commessa e 44% nella forma di lavorazioni in conto terzi.

Presenze nei principali mercati



LA DOMANDA

I settori di sbocco

Le imprese di subfornitura indirizzano la propria offerta verso una molteplicità di settori: ogni azienda ne serve mediamente quattro diversi; ciascuna azienda tende tuttavia ad orientare la propria offerta verso un settore di sbocco primario, dal quale ricava una quota consistente del proprio giro di affari (in media il 69,1%).

Il profilo degli sbocchi non presenta variazioni significative rispetto agli anni passati. L'industria verso la quale si indirizza il maggior numero di subfornitori (28,2%) permane quella automobilistica: essa costituisce la componente principale della domanda per il 14,1% dei subfornitori e rappresenta uno sbocco complementare per un altro 14,1%. Più di un'azienda su cinque (23,1%) svolge inoltre attività che hanno come destinazione finale la produzione di veicoli industriali. Il settore automotive complessivamente considerato ha quindi un peso molto rilevante sul mercato della subfornitura tecnica.

L'aggregato di settori che genera più frequentemente opportunità di mercato per le aziende è tuttavia costituito dai produttori di macchinario, a cominciare dalle macchine agricole che rappresen-

tano uno sbocco per poco meno di un quarto delle aziende di subfornitura. Rapporti di mercato molto diffusi sono anche generati dalla domanda che ha la sua origine nella produzione delle macchine per il movimento terra, delle macchine utensili per la lavorazione dei metalli, delle macchine per il packaging e delle macchine alimentari. Ciascuno di questi comparti costituisce un mercato per una quota di subfornitori che oscilla tra il 16 ed il 20%.

Significativo è anche il numero di aziende che trovano sbocco nelle attività di tipo elettromeccanico ed elettronico, in particolare nel settore degli elettrodomestici bianchi e in quello della automazione industriale.

Le aree di mercato

L'area di mercato a cui si rivolge in prevalenza larga parte dei subfornitori continua a rimanere la propria regione di appartenenza, che assume un peso rilevante, e in crescita, per l'economia delle imprese. Infatti, la quota di fatturato che, in media, le aziende realizzano con i committenti che hanno sede in tale ambito territoriale è passata dal 69,1% dello scorso anno al 72,0%. La natura di mercato a breve raggio si accentua peraltro nelle imprese di minore dimensione. La parte residua del

giro d'affari è attivata in larga misura da clienti localizzati in altre regioni italiane (21,1%), mentre il fatturato estero incide mediamente per il 6,9%.

I dati disaggregati confermano il differenziale a vantaggio delle aziende di maggiori dimensioni sia in termini di numerosità relativa di esportatori, sia in termini di contribuzione dell'export al loro giro d'affari. Il peso della domanda estera sul fatturato delle aziende con meno di 20 addetti si attesta, infatti, in media, intorno ad un 4%, mentre oltrepassa il 28% tra le aziende con 50 o più addetti.

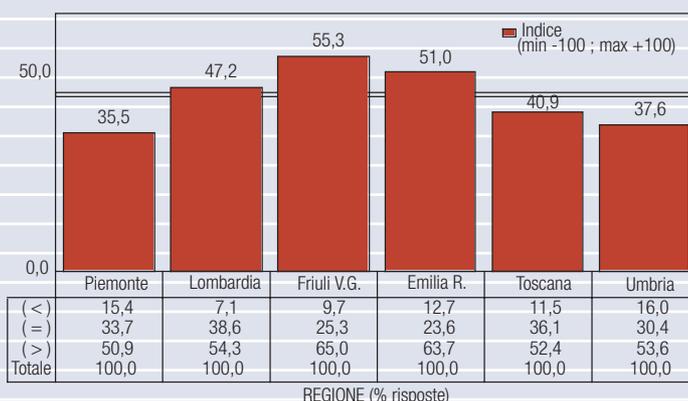
I mercati esteri

La propensione della subfornitura a privilegiare le relazioni di merca-

to a corto raggio si manifesta anche nella dimensione internazionale dell'attività. Le imprese presenti sui mercati extraeuropei continuano ad essere in numero molto ridotto; solo gli Stati Uniti, il Brasile e la Cina compaiono nella graduatoria dei principali paesi acquirenti, peraltro rispettivamente all'8^a, 15^a e 16^a posto, e coinvolgono una percentuale di esportatori piuttosto limitata.

Nella lista dei mercati esteri che attivano con maggior frequenza rapporti di subfornitura con aziende italiane si collocano nettamente nelle posizioni di testa i mercati di riferimento tradizionali dell'export del nostro paese: Germania e Francia, verso i quali si indirizza l'attività del 39,3% e del 35,5%

Andamento dell'attività 2006 rispetto al 2005



delle ditte esportatrici. Se si considera che la quota complessiva delle aziende esportatrici corrisponde a poco più di un terzo del totale, si può rilevare che la committenza tedesca e quella francese offrono opportunità di mercato ad almeno un subfornitore su dieci. In terza e quarta posizione, ma con un certo distacco dai precedenti, si collocano Svizzera e Spagna. L'area dell'allargamento ad Est della UE, considerata nel suo complesso, rappresenta ormai un mercato per almeno un esportatore su dieci. Accanto alla Polonia, che registra un ottimo quinto posto (nella scorsa rilevazione si trovava al nono posto), anche Slovenia, Repubblica Ceca, e Romania assumono un ruolo di un certo rilievo.

LA CONGIUNTURA

I risultati del 2006

Nel corso del 2006 l'attività delle imprese di subfornitura tecnica ha registrato, nel suo insieme, un andamento di segno nettamente positivo. L'indice calcolato a saldo, pari a +45,4 (lo scorso anno era invece solo +19,5) ben sintetizza la ripresa dell'attività che ha contraddistinto l'ultimo esercizio.

Le imprese che nel 2006 hanno potuto realizzare incrementi dell'attività sono, infatti, il 55,8% contro il 10,4% di subfornitori che, invece, hanno subito una contrazione dei loro livelli di attività rispetto al 2005. Le imprese rimanenti (33,8% del totale), nel 2006 hanno mantenuto i loro livelli di attività allineati con quelli dell'anno precedente.

Con il 2006, dunque, si accentua il trend positivo evidenziato nella scorsa rilevazione. Dopo il rallentamento avvenuto nel 2001, la stasi che aveva caratterizzato il 2002 e il calo fatto registrare nel 2003, negli ultimi tre anni l'indice è tornato a crescere e ad attestarsi su valori positivi.

L'andamento favorevole dell'attività contraddistingue, sia pure in misura differenziata, tutti i comparti, con punte accentuate per le aziende che operano nella calda-

ria, nella deformazione a caldo, nei trattamenti termici e nelle fusioni (l'indice a saldo si pone in un range tra 81 e 100).

A guidare la dinamica positiva nel 2006 sono, in primo luogo, le aziende con 50 o più addetti: in questo ambito gli operatori che hanno evidenziato un calo dell'attività sono soltanto il 3,1%, contro il 76,4% che ha invece registrato una situazione in crescita.

Anche al di sotto della soglia dei 50 addetti la tendenza si mantiene comunque positiva, ma in questo caso appare più ampia (intorno al 10-12%) la quota di operatori per i quali il 2006 ha portato un'ulteriore contrazione dell'attività.

I consuntivi del 2006 appaiono di segno positivo in tutte le regioni considerate dall'Osservatorio. Da segnalare le performance del Friuli Venezia Giulia (indice +55,3) e dell'Emilia Romagna (indice +51,0) dove quasi i due terzi delle aziende ha fatto registrare un miglioramento dei livelli di attività.

Gli ordini nel 2007

La situazione degli ordini ricevuti dalle imprese, rilevata a metà del 2007 e confrontata con quella in essere nello stesso periodo dell'anno precedente, evidenzia un ulteriore miglioramento del quadro di mercato:

- su 100 aziende, ben 46 hanno un portafoglio ordini superiore a quello dello scorso anno, mentre sono solo 14 quelle che registrano ordini in calo; - l'indice, calcolato a saldo, che riassume l'evoluzione degli ordini, è pertanto positivo (+32,7).

Il trend che caratterizza gli ordini a metà del 2007 è la risultante di un incremento della domanda che proviene praticamente da tutti i settori che alimentano il mercato della subfornitura tecnica.

Particolarmente accentuato è l'aumento degli ordini che provengono dal settore automobili e veicoli industriali (per entrambi +40).

Nettamente positivo è anche il dato della domanda che proviene dal macchinario industriale con picchi sulle macchine utensili per la lavorazione dei metalli (+36,1), su

quelle per movimento terra (+32,8) e sull'altro macchinario industriale (+47,9). L'unico neo, nell'ambito del macchinario industriale, è rappresentato dall'andamento degli ordini che fanno capo alla produzione di macchine per il tessile e abbigliamento che continua ad essere negativo (-16,8).

L'andamento in aumento degli ordini riguarda tutte le classi di addetti e tende ad accentuarsi al crescere delle dimensioni. Si passa infatti da un indice pari a +19,8 per le aziende da 6 a 9 addetti ad un indice pari a +55,7 per le aziende più grandi, oltre i 50 addetti.

Il prevalere di situazioni che evidenziano un portafoglio ordini complessivo in espansione è certamente da ascrivere in buona misura all'evoluzione della domanda interna. Nei primi mesi del 2007, infatti, le aziende fanno registrare ordini tendenzialmente in aumento sia da parte dei committenti della propria regione (+28,6), sia da parte di quelli localizzati nel resto del territorio nazionale (+25,9). A questo si aggiunge il trend, anch'esso positivo, che contraddistingue gli ordini provenienti dall'estero (+17,9).

Le imprese che hanno maggiormente beneficiato dell'aumento degli ordini provenienti dalla committenza locale sono quelle dell'Emilia Romagna (+38,6) e della Lombardia (+33,8).

Il Piemonte, invece, continua a

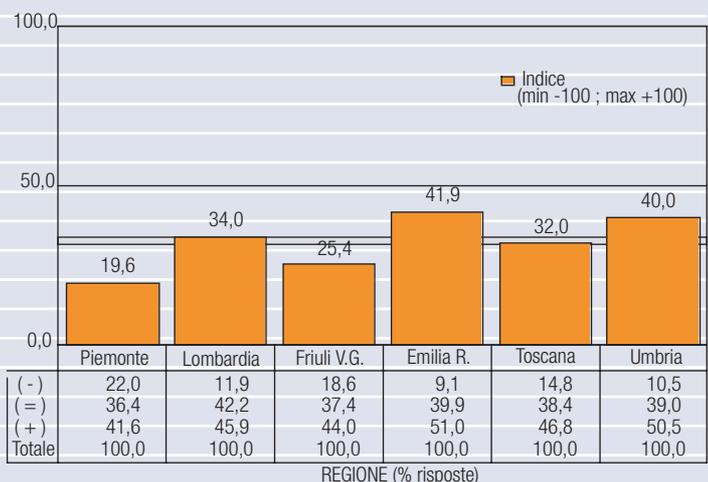
registrare la dinamica del portafoglio ordini regionale più modesta. Tutte le altre regioni si posizionano su una fascia di indici che va da +18,5 a +26,7.

Per quanto riguarda la componente estera della domanda, l'evoluzione degli ordini mostra un trend positivo in tutte le regioni. Tale trend è particolarmente marcato per i subfornitori della Toscana (+31,2) e del Friuli Venezia Giulia (+29,1). Decisamente buono anche per Emilia Romagna, Umbria e Lombardia, mentre la crescita degli ordini provenienti dalla committenza estera appare più contenuta in Piemonte.

Programmi di investimento

Nonostante il buon andamento dell'attività nel 2006 e i segnali chiaramente positivi con i quali sta evolvendo la domanda nel 2007, alcuni aspetti ancora incerti del mercato sembrano frenare la propensione dei subfornitori ad impegnarsi in programmi di investimento. Le aziende che dichiarano di avere significativi programmi di investimento in corso sono, infatti, solo il 46,7%, con una lievissima flessione rispetto al 46,9% rilevato nel 2006; è ormai il settimo anno consecutivo che l'Osservatorio registra un costante calo della propensione a investire, con un assestamento su cifre sempre più distanti dal picco (66,9%) che si era registrato nel 2000.

Tendenza ordini rispetto allo stesso periodo dell'anno precedente



Il freno agli investimenti sembra incidere negativamente e in misura più marcata sulle iniziative destinate a introdurre nuove lavorazioni o nuovi prodotti (la quota di imprese impegnate su questo fronte si è ridotta in un anno di più di 2 punti percentuali). In leggera crescita, invece, è la percentuale di subfornitori che investono per aumentare la capacità produttiva (sono il 28,6%), per aumentare la produttività e l'efficienza (26,6%), per migliorare la qualità e l'affidabilità (22,9%) e l'ambiente di lavoro e la sicurezza (18,0%).

Come negli anni precedenti, la propensione ad investire cresce al crescere delle dimensioni.

A livello territoriale, le regioni dove la proporzione di aziende che investono risulta più elevata sono il Friuli Venezia Giulia (55,4%) e l'Emilia Romagna (51,7%); mentre in Friuli Venezia Giulia si osserva una flessione nella quota di imprese con programmi di investimento, in Emilia Romagna si registra una tendenza opposta che riporta la quota delle aziende che investono quasi ai livelli del 2005.

FOCUS INTERNAZIONALIZZAZIONE

L'economia mondiale continua ad attraversare una fase di espansione vigorosa e diffusa, trainata soprattutto dalla forza dello sviluppo asiatico. Il centro propulsore della crescita degli scambi internazionali è, infatti, ormai saldamente collocato in Asia, in particolare in Cina, India e Giappone.

Questo scenario internazionale

particolarmente favorevole in qualche misura ha fatto da traino all'economia italiana che sembra essere sulla strada tanto sperata della ripresa. In effetti, anche l'Osservatorio 2007 delinea una situazione generale di crescita della subfornitura tecnica. Data però la percentuale non elevatissima di subfornitori orientati all'export (poco più di un terzo del totale) e la peculiarità delle attività in subfornitura, è sembrato opportuno capire come queste imprese riescano a gestire strategicamente un mercato così complesso e in continua evoluzione e se è prevedibile un ampliamento del numero di imprese che nei prossimi anni potranno annoverare tra i loro committenti anche aziende estere. Il Focus di questa edizione, incentrato sull'internazionalizzazione, si propone di fare un quadro delle dinamiche in atto, delle modalità con cui i subfornitori guardano all'estero e delle strategie adottate per far fronte al globale.

PRESENZA SUI MERCATI ESTERI: EXPORT

Il mondo della subfornitura è ancora largamente legato al mercato locale. Negli ultimi anni, però, il raggio di mercato dei subfornitori si è progressivamente ampliato anche se a piccoli, se non piccolissimi, passi. L'Osservatorio della Subfornitura 2007 ha rilevato che più di un terzo dei subfornitori (36,8%) ha committenti localizzati in paesi esteri e che la loro domanda attiva mediamente il 6,9% del giro d'affari.

Quasi i due terzi delle imprese subfornitrici presenti sui mercati internazionali intrattengono rapporti stabili con la committenza estera. Per il 53,9% dei subfornitori si tratta di una consuetudine consolidata, visto che perdura da lungo tempo (più di 5 anni), mentre nel 19,1% dei casi rappresenta una esperienza più recente anche se ormai il rapporto con committenti esteri è stabile e garantisce un flusso continuativo di fatturato di portata più o meno grande.

Nel restante 27% dei casi, invece, la presenza sui mercati internazionali è di tipo occasionale, talora perché il processo di internazionalizzazione è ancora nella fase iniziale e le vendite all'estero rappresentano al momento solo fatti episodici; in altri casi, invece, è conseguente ad uno scarso interesse per una ricerca attiva di sbocchi sui mercati internazionali da parte del subfornitore, il quale lascia l'iniziativa ai potenziali committenti esteri.

L'incidenza dell'export sul fatturato spesso si attesta su livelli contenuti: per il 42,9% degli esportatori rappresenta meno del 10% del giro d'affari e per 34,5% assume un peso che oscilla tra il 10 ed il 30%. Non comunque trascurabile il numero di imprese (11,4%) dove il fatturato realizzato con committenti esteri rappresenta la quota più consistente del giro d'affari. Il livello di internazionalizzazione è strettamente correlato con le dimensioni delle imprese. Infatti al di sotto della soglia dei 20 addetti solo tre imprese su dieci realizzano parte del loro fatturato con committenti esteri e spesso si tratta di operazioni esclusivamente di tipo occasionale. All'opposto si collocano le imprese con oltre 50 addetti; in questo gruppo la presenza sui mercati esteri contraddistingue l'attività della maggioranza delle imprese (85,7%) e nella quasi totalità dei casi si tratta di una presenza stabile e consolidata nel tempo.

Anche la dinamica del fatturato esportato è in stretta relazione con le dimensioni aziendali. Le performance migliorano al crescere della

classe dimensionale: la quota di esportatori che ha potuto contare su un export in crescita passa dal 13,8% delle imprese con meno di 10 addetti, al 70,4% delle imprese con 50 o più addetti, passando attraverso il 39,1% della classe da 10 a 19 addetti e il 52,3% di quella successiva. Le regioni dove è più diffusa la presenza di imprese esportatrici sono il Friuli Venezia Giulia ed il Piemonte, dove non solo sono numerosi i subfornitori che hanno rapporti con committenti esteri, ma l'export è presente anche da lungo tempo.

Per operare sui mercati esteri solo pochi subfornitori si appoggiano ad un consorzio export per avere servizi e assistenza e per avvalersi dell'azione promozionale che queste strutture sviluppano. Solo il 5% delle imprese esportatrici aderisce ad un consorzio. La frequenza cresce al crescere delle dimensioni, ma comunque raggiunge al massimo il 7,9% nella classe dimensionale più grande.

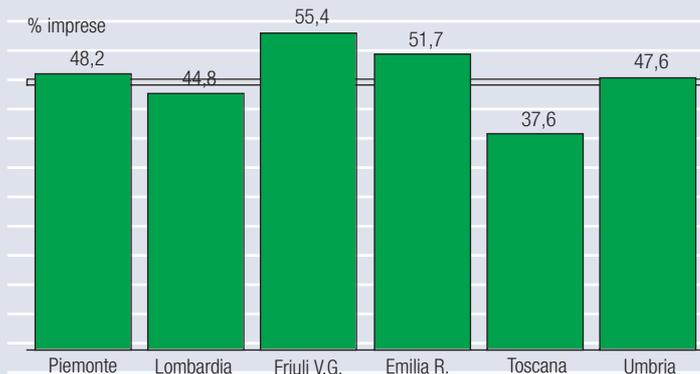
La propensione ad operare all'estero attraverso un consorzio export, anche se non in modo esclusivo, è più elevata in Umbria (16,3% degli esportatori) e in Toscana (13,0%), mentre è molto modesta se non nulla in Piemonte ed in Emilia Romagna.

ALTRE FORME DI PRESENZA SUI MERCATI ESTERI

Altre modalità di internazionalizzazione, come collaborazioni e accordi con partner esteri sia di tipo commerciale che produttivo, investimenti diretti all'estero, joint venture, ecc., sono al momento ancora poco utilizzate dalle imprese di subfornitura. Infatti, solo il 3,2% dei subfornitori ha scelto questa strada, in modo esclusivo o come affiancamento all'export, per sviluppare il suo processo di internazionalizzazione.

Accordi e alleanze con partner esteri, partecipazione ad un gruppo formale operante all'estero e investimenti produttivi sono le forme che appaiono più ricorrenti, ma pur sempre in misura molto esigua.

INVESTIMENTI IN CORSO



L'area verso cui si orientano in prevalenza i subfornitori per la ricerca di partner esteri è il Centro Est Europa, Polonia e Romania in primo luogo. Inizia a destare interesse anche l'India.

Decisamente poco frequente è anche il caso di subfornitori partecipati da una impresa o da un gruppo estero (1,1%); questa modalità di internazionalizzazione riguarda quasi esclusivamente le imprese con oltre 50 addetti.

FENOMENI E MUTAMENTI IN ATTO SUI MERCATI

Le aziende di subfornitura spesso devono confrontarsi con cambiamenti che modificano in misura rilevante lo scenario in cui operano. Tali cambiamenti riguardano sia le modalità di produzione, con la continua evoluzione della tecnologia, sia la concorrenza, con l'entrata sul mercato di nuovi competitors provenienti dall'Est Europa e dall'Asia, sia la domanda, che ha avviato un ampio processo di ristrutturazione organizzativa e di riposizionamento strategico sui mercati. L'Osservatorio ha rilevato che il 53,3% dei subfornitori risente di mutamenti di questo tipo e deve pensare a nuove strategie e predisporre interventi di adeguamento per poter continuare ad essere competitivo.

Più sensibili appaiono le imprese già internazionalizzate (export e/o altre forme di presenza all'estero): all'interno di questo gruppo la percentuale di imprese che hanno dichiarato di percepire la necessità di dover predisporre nuove strategie per affrontare i cambiamenti sul mercato sale al 62,9%, mentre nel gruppo di imprese che limitano il loro raggio d'azione al mercato nazionale risulta del 44,3%.

I fenomeni con cui i subfornitori devono confrontarsi sono legati, in primo luogo, all'evoluzione tecnologica e alla domanda dei committenti e, subito dopo, ai problemi connessi all'attività dei concorrenti. Infatti, uno degli aspetti, che più frequentemente condizionano l'attività delle imprese, è l'evoluzione tecnologica sempre più rapida che richiede agli operatori un

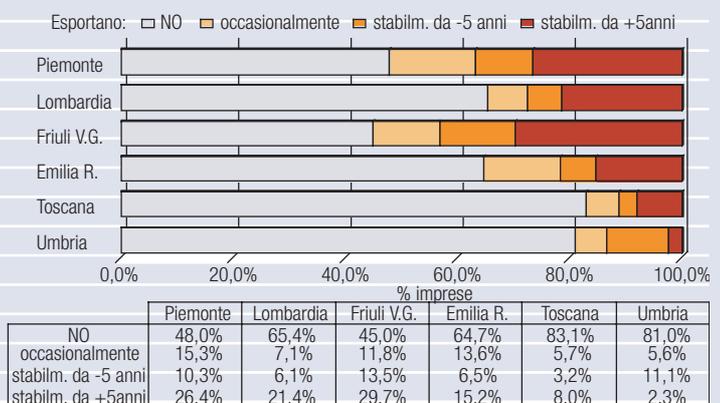
continuo adeguamento per poter mantenere la propria offerta ai livelli tecnici e qualitativi presenti sul mercato; questo aspetto ha richiesto la predisposizione di nuove strategie al 22,2% delle imprese.

Altrettanto diffusa (21,1%) è la percezione di mutamenti nelle richieste da parte dei committenti, che esprimono sempre maggiori esigenze in termini di personalizzazione e di flessibilità dei prodotti e/o delle lavorazioni. Seguono, comunque a breve distanza, l'ampliamento dei volumi di offerta, conseguente all'ingresso sul mercato di produttori a costi competitivi, e l'innalzamento del livello tecnologico e qualitativo dell'offerta da parte dei concorrenti; questi fenomeni hanno richiesto l'adozione di nuove strategie e adeguamenti rispettivamente al 19,6% e 19,0% delle imprese.

La percezione dei mutamenti in atto sul mercato si diffonde al crescere delle dimensioni. Le imprese più piccole, operando in genere su un mercato più ristretto spesso limitato all'ambito locale o nazionale, sono meno esposte alla concorrenza internazionale e, comunque, anche sul mercato nazionale e locale le posizioni spesso di nicchia attutiscono gli effetti negativi dei cambiamenti in atto. Man mano che il raggio di mercato si amplia e i livelli quantitativi della produzione crescono allora si è più esposti alla concorrenza e si risentono maggiormente gli effetti di possibili cambiamenti nella domanda. L'azione di disturbo arrecata dai cambiamenti in atto è percepita dal 44,5% delle imprese fino a 9 addetti, per salire progressivamente fino al 73% quando si supera la soglia dei 50 addetti.

Le mutate condizioni operative sui mercati sembrano condizionare maggiormente l'attività dei subfornitori del Piemonte, a cui seguono quelli dell'Emilia-Romagna, Friuli Venezia Giulia e Umbria. Meno coinvolti da questo tipo di problemi sono invece i subfornitori toscani.

PRESENZA DI IMPRESE ESPORTATRICI % imprese



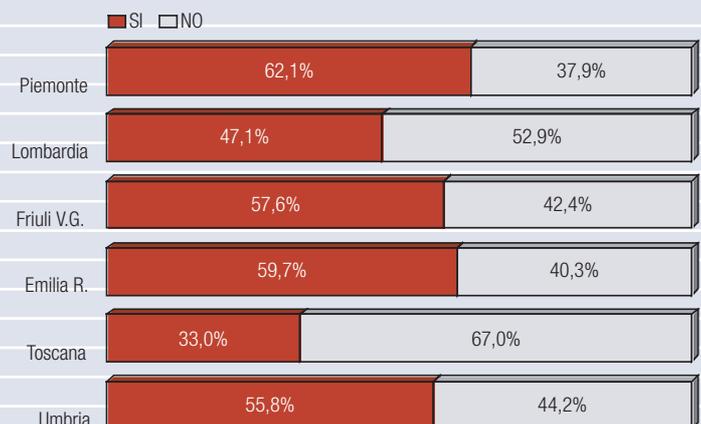
PROGRAMMI FUTURI

Il livello di internazionalizzazione della subfornitura descritto in precedenza non subirà significativi cambiamenti nei prossimi 2-3 anni, almeno per quanto concerne il numero di imprese che saranno attive sui mercati esteri.

Infatti il 89,6% delle imprese che non sono ancora presenti all'estero non prevedono nei loro programmi aziendali alcun mutamento rispetto allo stato attuale. Il restante 10,4%, invece, intende avviare il suo processo di internazionalizzazione: nel 5,8% dei casi attraverso attività di export e negli altri 4,6% dei casi attraverso altre forme di presenza non mercantile. Più articolati e orientati ad uno sviluppo in ambito internazionale, invece, sono i programmi che si propongono le imprese già pre-

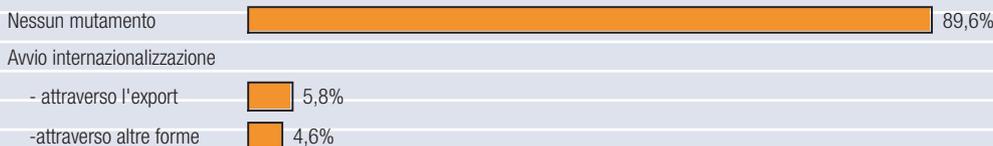
senti all'estero: la metà di esse ha in previsione per i prossimi 2-3 anni di accrescere la presenza internazionale con l'ingresso su nuovi mercati e/o con il potenziamento della presenza su quelli già serviti. In particolare, il 33,2% dei subfornitori che già esportano ha in programma l'ampliamento dei mercati di sbocco con l'ingresso in nuovi paesi: il 24,6% di essi attraverso l'acquisizione di commesse da committenti esteri e il 9,3% attraverso alleanze e accordi con altri subfornitori esteri o joint venture o, ancora, investimenti. Una quota di poco inferiore (29,8%) prevede di potenziare la presenza sui mercati già serviti, talvolta in aggiunta all'ingresso su nuovi mercati: le imprese che intendono muoversi su queste direttrici sono più numerose e si orientano sia

PERCEZIONE DI FENOMENI CHE RICHIEDONO NUOVE STRATEGIE E ADEGUAMENTI % imprese

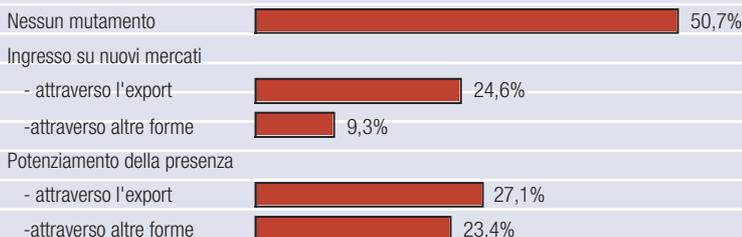


PROGRAMMI FUTURI % imprese

Imprese non ancora presenti all'estero



Imprese già presenti all'estero



verso iniziative di export (27,1%) sia verso altre forme di presenza (23,4%), spesso le une a supporto delle altre. Va osservato che nessuno ha in programma una riduzione della presenza all'estero.

Il processo di internazionalizzazione assume intensità diverse in funzione della dimensione delle imprese; sia che si tratti di subfornitori non ancora presenti sui mercati esteri, sia che si tratti di imprese già attive su altri mercati, la percentuale di imprese che hanno in programma per i prossimi 2-3 anni iniziative volte ad avviare o potenziare la presenza all'estero cresce al crescere delle dimensioni. Nel gruppo di imprese non ancora presenti all'estero, coloro che hanno in programma l'avvio dell'internazionalizzazione passa dal 6,7% della prima classe (meno di 9 addetti) al 30,3% dell'ultima (50 o più addetti). Più contenuto è il divario nel gruppo delle imprese che già hanno rapporti con l'estero: la percentuale di subfornitori che intendono potenziare la presenza sui mercati esteri passa dal 48,0% delle imprese più piccole al 59,6% di quelle più grandi.

A livello territoriale si osserva che il numero di imprese esportatrici nei prossimi 2-3 anni aumenterà in misura superiore alla media in Piemonte e Lombardia.

Invece, tra i subfornitori già presenti sui mercati esteri, sono quelli toscani che presentano una maggiore dinamicità per quanto concerne sia la ricerca di nuovi mercati di sbocco, sia il potenziamento della presenza su quelli già serviti. Se si considerano le imprese che già sono presenti sui mercati esteri e quelle che intendono avviare il loro processo di internazionalizzazione nei prossimi 2-3 anni si può stimare intorno al 47-48% la quota di imprese di subfornitura che nell'arco di breve tempo sarà attiva sui mercati esteri. La partecipazione a questo processo, però, non è simile nei diversi settori di attività. Infatti, a fianco di settori dove

l'attività internazionale coinvolge larga parte delle imprese, coesistono settori dove il processo di internazionalizzazione stenta a decollare.

La propensione ad operare all'estero è particolarmente diffusa tra chi produce stampi, modelli e utensili speciali come attività prevalente (78,5% delle imprese), così come tra chi offre servizi di misure, prove, controlli e altri servizi tecnici (78,4%). Di poco inferiore è la quota di aziende orientate all'estero anche nell'ambito delle fusioni e sinterizzazioni (72,8%), della deformazione a caldo (72,8%), dei lavori e parti di lamiera (71,9%) e della deformazione a freddo (68,4%).

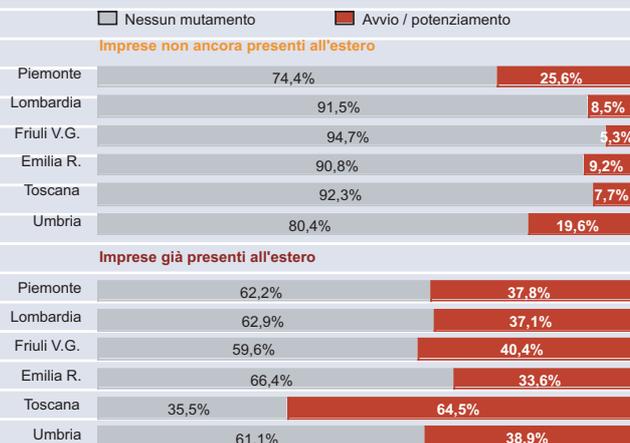
All'opposto si collocano le attività di carpenteria metallica e di caldalleria, i lavori di asportazione alla macchina utensile, gli assemblaggi e i trattamenti termici: in questi comparti meno del 30% delle imprese ha già in atto o pensa di avviare un processo di internazionalizzazione.

STRATEGIE

Le leve su cui le imprese agiscono, o intendono agire, per essere più competitive sui mercati internazionali intervengono, da un lato, sulla qualità ed il contenuto tecnologico dei prodotti o delle lavorazioni realizzate e, dall'altro, sulla riduzione dei tempi di produzione e dei costi. Infatti, l'aspetto che più frequentemente rientra nelle strategie delle imprese è l'innalzamento della qualità e del livello tecnologico dei prodotti e/o lavorazioni, indicato dal 30,2% di coloro che operano sui mercati esteri o hanno in programma di entrarvi a breve. Il secondo tipo di interventi, segnalato dal 26,2% dei subfornitori, riguarda l'introduzione di innovazioni di processo per acquisire maggiore flessibilità e per ottenere prodotti e/o lavorazioni in tempi più rapidi e a minori costi. Relativamente diffusa (21,1%) è pure l'introduzione di innovazioni di prodotto, sia attraverso miglioramenti sostanziali nelle caratteristiche tecniche e nelle prestazioni dei prodotti o lavorazioni già realizzati, sia con la realizzazione di prodotti o lavorazioni del tutto nuovi. Più raramente, le imprese vedono come fattori strategici, per lo sviluppo ed il consolidamento della presenza sui mercati esteri, aspetti legati ad una crescita interna o ad un arricchimento dell'offerta.

L'acquisizione di capacità progettuali che consentano una maggiore collaborazione con i committenti, l'offerta di servizi accessori, l'introduzione e/o il potenziamento di software specifici per dialogare con i committenti sono segnalati da meno del 10% delle imprese con un processo di internazionalizzazione in atto. La pre-

PROGRAMMI FUTURI % imprese



senza di subfornitori che hanno predisposto apposite strategie per accrescere la competitività sui mercati internazionali tende a crescere al crescere delle dimensioni, anche se non mancano eccezioni. Ad esempio, tra le imprese al di sotto della soglia dei 10 addetti la propensione ad introdurre innovazioni di prodotto è pari a quella delle aziende più grandi. Si può osservare anche l'interesse delle imprese da 10 a 19 addetti per l'adozione di strategie finalizzate ad acquisire maggiori capacità progettuali o a fornire servizi accessori, interesse superiore a quello presente in tutte le altre classi dimensionali.

INTERVENTI SU RISORSE STRATEGICHE E SERVIZI UTILI

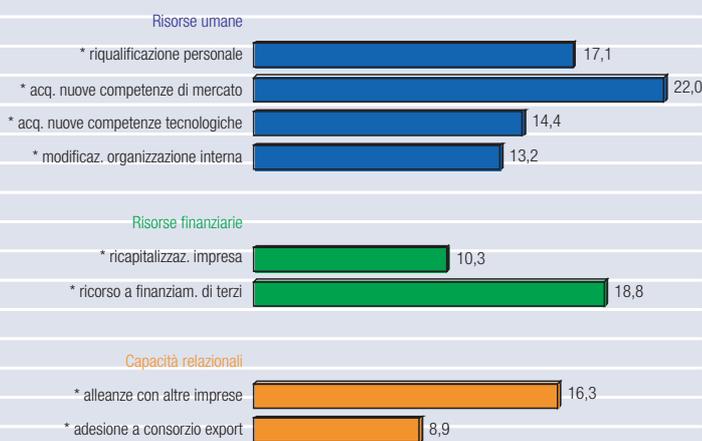
Per poter sviluppare l'attività sui mercati esteri spesso è necessario apportare cambiamenti all'organizzazione interna e dotarsi di nuove competenze e risorse. Anche per le imprese di subfornitura si pone questo problema, quantomeno per il 57,8% di quelle che hanno già sviluppato o avvieranno un'attività internazionale. Le azioni che più frequentemente hanno intrapreso le aziende per poter mettere in atto i loro programmi di internazionalizzazione sono l'acquisizione di competenze di mercato specifiche (22,0% delle imprese) e di competenze tecnologiche (14,4%), a cui spesso si accompagnano

anche interventi di riqualificazione del personale (17,1%). Abbastanza diffusa è anche la ricerca di risorse finanziarie aggiuntive, in primo luogo attraverso finanziamenti di terzi (18,8%) e, secondariamente, con l'apporto di capitale proprio (10,3%). L'attività sui mercati esteri ha anche stimolato lo spirito di collaborazione tra operatori: infatti il 16,3% di essi ha costruito alleanze con altre imprese sia per integrare e ampliare la gamma dell'offerta, sia per acquisire un maggior peso nei rapporti con i potenziali clienti esteri.

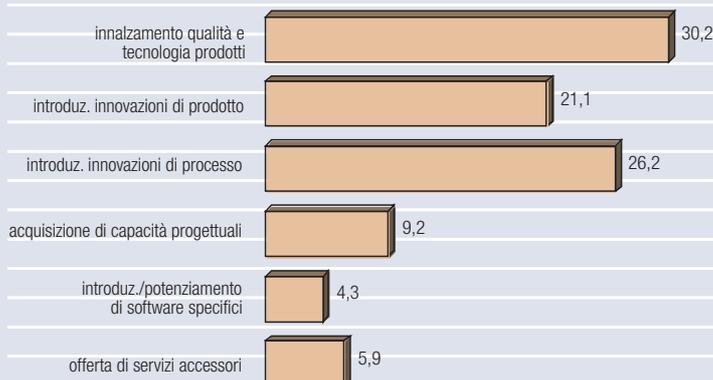
I servizi che potrebbero risultare più utili per l'attuazione dei programmi di internazionalizzazione sono molto spesso correlati proprio alle strategie e alla tipologia di interventi che le imprese devono affrontare per sviluppare e consolidare il loro livello di internazionalizzazione. In primo luogo si trovano, infatti, gli incentivi finanziari a supporto dell'innovazione e della qualità, ritenuti servizi utili dal 26,6% delle imprese, a cui fanno seguito i servizi di assistenza commerciale per l'espletamento delle varie operazioni necessarie per operare sui mercati esteri (22,6%). In terza posizione, con un numero di segnalazioni pari a quelle raccolte dai servizi informativi, si trovano gli incentivi per favorire la costituzione di consorzi o reti di imprese (18,0%).

INTERVENTI PER L'INTERNAZIONALIZZAZIONE % imprese con attività e/o programmi di internazionalizzazione

AMBITI DI INTERVENTO



STRATEGIE PER L'INTERNAZIONALIZZAZIONE % imprese con strategie o programmi



	EMILIA ROMAGNA	In complesso
Aree di mercato (% fatturato)		
- Regionale	77,5	72,0
- Extra regionale	19,1	21,1
- Estero	3,4	6,9
Andamento attività 2005 rispetto a 2004 (% imprese)		
- in diminuzione	12,7	10,4
- stabile	23,6	33,8
- in aumento	63,7	55,8
Indice (minimo -100; massimo +100)	+ 51,0	+ 45,4
Tendenza ordini 2006 rispetto allo stesso periodo dell'anno precedente (% imprese)		
- in diminuzione	9,1	13,6
- stabile	39,9	40,2
- in aumento	51,0	46,3
Indice (minimo -100; massimo +100)	+ 41,9	+ 32,7
Investimenti in corso (% imprese)	51,7	46,7
Presenza sui mercati esteri (% imprese)		
- Non esportano	64,7	63,2
- Esportano	35,3	36,8
Presenza sui mercati esteri (% imprese esportatrici)		
- stabile da più di 5 anni	43,1	53,9
- stabile da meno di 5 anni	18,4	19,1
- occasionale	38,5	27,0
Programmi futuri per l'attività internazionale (% imprese)		
* Imprese non ancora presenti all'estero		
- nessun mutamento	90,8	89,6
- avvio dell'attività sui mercati esteri	9,2	10,4
* Imprese già presenti all'estero		
- nessun mutamento	66,4	50,7
- avvio/potenziamento dell'attività sui mercati esteri	33,6	49,3

Pubb

Proviene da qui il 18% delle domande di brevetto depositate in Italia

Emilia-Romagna patria di Archimede

di Enrico Vincenzi

Per fare impresa occorre cultura. Da questo punto di vista, la proprietà industriale con marchi, brevetti, design, copyright è parte integrante del patrimonio aziendale e ne rappresenta un valore aggiunto.

Il tessuto imprenditoriale emiliano-romagnolo dimostra di comprendere il ruolo fondamentale dell'innovazione per lo sviluppo dell'economia e come strumento di competitività per

mantenere quote di mercato. Si distingue, infatti, per capacità di innovare: quasi il 18% delle domande depositate per invenzioni l'anno passato giunge dall'Emilia-Romagna, che ha il rapporto brevetti per abitante più elevato, pari al doppio della media italiana (452 brevetti per milione di abitanti, contro i 210 in Italia).

Ad incoraggiare la creatività è impegnato da tempo il sistema camerale.

L'ultima più recente iniziativa è stato il concorso a premi per brevetti per invenzioni industriali e modelli d'utilità, promosso dalla Camera di commercio di Rimini con l'intento di sensibilizzare l'utenza all'utilizzo della tutela della proprietà industriale. "Abbiamo pensato – dice il presidente dell'ente camerale, Manlio Maggioli – di incoraggiare chi ha talento ad innovare. In questa ottica, diventa centrale il circuito virtuoso tra ricerca, trasferimento tecnologico e realizzazione delle innovazioni ed il compito delle Camere di commercio quali unici enti deputati al ricevimento delle domande di deposito dei brevetti, dei marchi e dei relativi seguiti".

Il servizio marchi e brevetti delle Camere, da mero ufficio di accoglienza delle domande di tutela della proprietà industriale, si è trasformato in un punto di riferimento per imprese e studi professionali specializzati. Su 26 partecipanti al concorso, tre sono stati premiati e sei hanno ricevuto una menzione. I 5000 euro del primo premio sono andati a Giovanni Masinelli e Roberto Piastra, vincitori grazie al loro

La Camera di commercio di Rimini ha premiato le invenzioni

L'IDEA

Copertura semielastica per guardrail BKSC Biker safety cover: l'idea vincente

In Italia si sostituiscono circa 23 milioni di pneumatici vettura all'anno, quindi si devono smaltire 23 milioni di carcasse di vecchi copertoni (esclusi quelli per autocarro, furgone e agricoltura) che corrispondono a circa 184mila tonnellate di rifiuti indistruttibili e dannosi per l'ambiente. Sempre in Italia muoiono più di 1.500 motociclisti all'anno (triste record europeo), con un aumento del 31,7% nell'ultimo decennio (indagine ASAPS su dati ISTAT). Oltre la metà di queste morti sono causate dalle lame taglienti dei guardrail, senza considerare nella statistica le invalidità permanenti. Da questi numeri e da questa esigenza è nato il brevetto per la copertura di guardrail Bksc (biker safety cover).

"L'idea – dice Giovanni Masinelli – è stata di riciclare totalmente i vecchi pneumatici per produrre delle barriere semielastiche di sicurezza, da apporre sulle lame taglienti dei guardrail esistenti, in corrispondenza di curve o tratti pericolosi". Queste barriere innovative sono composte

quasi totalmente da polverino di gomma ottenuto triturando i vecchi pneumatici. La gomma tritata viene opportunamente incollata e compressa per ricavare dei fogli modulari di varie misure, che saranno ricoperti e resi perfettamente impermeabili e più resistenti allo strappo da sottili strati di gomma telata. Tutto avvolgerà integralmente i guardrail taglienti. I fogli esterni potranno essere di qualsiasi colore, secondo le esigenze estetiche/paesaggistiche della strada o di visibilità della curva, ed a loro volta riciclati al 100% una volta smontati.

Studi in materia, attestano la compatibilità tecnica con norme e strutture esistenti (non modificano infatti l'omologazione originaria del guardrail), oltre alla efficacia delle barriere salvavita. "Con questo sistema – conferma Masinelli – siamo certi di poter risolvere il problema dello smaltimento dei vecchi pneumatici e di ridurre le menomazioni fisiche, il più delle volte mortali, provocate a motociclisti e ciclisti dai guardrail attuali" ■



metodo per realizzare una protezione per guardrail attraverso una copertura semielastica denominata BKSC (biker safety cover): un brevetto depositato non solo in Italia, ma anche in Europa e negli Stati Uniti, che serve per proteggere soprattutto i motociclisti dalle collisioni con gli elementi del guardrail che presentano spigoli vivi, ed è realizzato riciclando pneumatici.

Marco Fabbri, perito meccanico, di professione piccolo imprenditore nel ramo alberghiero, si è aggiudicato il secondo posto e 3000 euro grazie all'invenzione di un'apparecchiatura per testare condizioni limite di impiego di veicoli a due ruote. Fabbri non è nuovo ad invenzioni: nel 1986 aveva presentato il "Tintarella test", una macchina per misurare l'abbronzatura che attribuiva un valore da 1 a 10, dispensando anche consigli sulla durata dell'esposizione. Terza posizione e 2000 euro di premio per Domenico Fabbri che ha depositato il brevetto di una "chiave antipatema universale": un dispositivo per l'apertura, per le porte interne di un appartamento, di una serratura anche se in questa è già inserita la chiave nella parte opposta della toppa.

Sei segnalazioni sono andate ad altrettanti inventori: dall'isola galleggiante acquatica di Salvatore Magnani, al lettino di spiaggia con coperture trasparenti ai raggi ultravioletti progettato da Luca Montanari (curiosamente l'unico con attinenza al settore principale dell'economia riminese, il turismo), all'elemento composito in fibra legnosa di Attilio Savoretti, al dispositivo per il recupero dei giochi dello Studio Genius, al sistema di scrittura manuale con dispositivo elettromeccanico a sfioramento digitale di Luca Montanari e Nembo Buldrini, alla macchina per tagliare piastrelle di Ambrogiani Evaristo & C. Tutti e 26 i partecipanti hanno potuto esporre i propri brevetti, dando vita ad una vetrina della creatività imprenditoriale romagnola ■

**Castel Sismondo di Rimini,
i premiati assieme
al presidente camerale Manlio Maggioli**

IL PUNTO

Sul podio gli studenti di Forlì e Parma Giovani inventori crescono

■ "Kami", che significa "carta" in giapponese, ma anche amore per l'ambiente (k-AMI), è il nome del cestino ecologico, biodegradabile, pratico, che può essere gettato nel sacco della spazzatura quando è pieno, ideato da un gruppo di studenti dell'Istituto d'Arte di Forlì. Grazie a questo progetto, si sono aggiudicati il primo posto nella sezione "Design innovativo" nella terza edizione "Scuola, creatività e innovazione". Il Premio è stato indetto da Unioncamere e realizzato grazie all'apporto delle Camere di commercio per promuovere, sviluppare e coltivare nei giovani delle scuole medie superiori la propensione al pensiero creativo.

L'iniziativa ha coinvolto 162 istituti italiani che hanno presentato 127 progetti, studiati da gruppi di studenti coordinati da un docente, relativi ad un prodotto, un servizio innovativo o un oggetto di design, tutti con elementi concreti di fattibilità e sostenibilità economica.

Quindici i vincitori: cinque per la sezione "Prodotti innovativi", altrettanti per quella "Servizi innovativi" e per "Design innovativo". Due scuole di Parma si sono classificate al secondo e quinto posto tra i "prodotti innovativi": si tratta dell'Istituto tecnico "Leonardo da Vinci" e dell'Istituto di istruzione superiore "Pietro Giordani". Il primo ha presentato il progetto Barella F16 che consente di fare scivolare la parte superiore della barella su piccoli rulli, assicurando una migliore omogeneità della manovra di trasferimento del paziente. Il secondo ha ideato Girl Mate, un bracciale in acciaio su cui viene montato un sensore GPS, che si attiva a seguito di un impatto inviando una telefonata ai numeri memorizzati e permette la localizzazione della persona, per un intervento tempestivo. Alle idee classificate ai primi tre posti di ogni sezione, sono andate borse premio, rispettivamente di 5.000, 2.500 e 1.500 euro, come riconoscimento per il lavoro di gruppo degli studenti. Le prime cinque idee classificate nelle tre sezioni hanno vinto una dotazione per l'acquisto di supporti e materiali all'attività didattica dell'istituto, per un importo di 500 euro a scuola. Per la prossima edizione del concorso nazionale "Scuola creatività e innovazione", scadono il 31 gennaio 2008 i termini per la presentazione delle domande di partecipazione. I progetti dovranno essere presentati a Unioncamere entro il 31 marzo 2008. ■



Pubb

di Thomas Foschini

Sviluppo e internazionalizzazione di un mercato chiave per l'economia regionale

Meccanica e meccatronica Vince il modello emiliano

Una leadership strategica, raggiunta con la forza della determinazione e della lungimiranza, sia da parte degli imprenditori di tutta la filiera, sia da parte dei loro rappresentanti, le associazioni di industriali che si stanno facendo sempre di più, nel mercato globale, primi attori del gioco competitivo. La filiera della meccanica e della meccatronica reggiana vanta numeri importanti: il 44,4% della produzione industriale reggiana è destinata all'export – tra i valori più elevati d'Italia – e in questa performance la filiera meccanica assume un ruolo di punta.

Un'intera filiera che sta affrontando in modo eccellente le nuove sfide della globalizzazione

Da queste premesse nasce un'indagine, curata dall'Associazione Industriali di Reggio Emilia e redatta da Progetto Europa Consultants, che passa ai raggi x questo mercato ormai chiave per l'economia emiliana. "Ridefinire le leadership, destabi-

lizzare le vecchie gerarchie, crearne di nuove": questi i sinonimi del tanto usato e abusato termine "competitività". Il che significa, al contempo, che i confini dei vecchi settori produttivi si volatilizzano, per ricostituirsi su nuove e più solide basi di pari passo con l'emergere di nuovi paradigmi tecnologici e opportunità commerciali.

Un'evoluzione che tocca tanto più i settori "maturi", in cui i margini sono risicati e le forze in gioco si conoscono in anticipo: mercati in cui non è dato spazio all'improvvisazione, ma solo all'innovazione continua dei propri "cluster" di offerta.

E proprio dalla convergenza di tre settori produttivi una volta distinti, meccanica, elettronica e informatica, nasce il distretto reggiano della meccatronica, di cui fanno parte varie tipologie di imprese: quelle che producono macchine per la lavorazione del terreno e per gli allevamenti fino al comparto oleodinamico, che esporta valvole, distributori, ingranaggi, pompe e cilindri in tutto

il mondo, oltre che rifornire – da qui la logica di distretto – l'industria regionale delle macchine agricole. E a Reggio vi sono numeri uno nel mondo – rivela l'indagine – per motori diesel, pompe idrauliche, macchine per il giardinaggio, l'agricoltura e la forestazione, stimolati dalla ricca e sofisticata domanda interna.



LA STORIA

■ "Meccatronica" è un termine inventato dall'ingegnere giapponese Yashkawa nel 1969. Con esso si indica una scienza

interdisciplinare che integra diverse tecnologie, tipicamente meccanica, elettronica e informatica. Il risultato, prodotti performanti, evoluti, intelligenti. Volendone fare la storia in pillole, si parte dalla tradizionale industria meccanica degli anni Settanta e Ottanta, da cui evolve la meccanica avanzata, sulla breccia fino ai giorni nostri, mentre proprio ora si stanno aprendo le porte della meccatronica vera e propria, con applicazioni che si stanno estendendo sia al settore automotive e aerospaziale, sia a quello delle applicazioni "fisse", di tipo industriale.

Un paradigma tecnologico che ha due obiettivi, futuri ma non troppo. In primo luogo una mobilità completamente automatizzata, dove freni, sterzo, accelerazione saranno completamente sostituiti da con-

Come nasce la meccanica "intelligente"

Verso un sistema uomo-macchina

trolli elettronici coordinati in modo digitale (primi modelli allo studio di General Motors, commercializzazione prevista

entro il 2010). Dall'altro lato, l'industria "virtuale", nella quale il lavoro dei robot, il loro movimento, il rifornimento automatico dei materiali, il controllo di produzione e qualità, la movimentazione del prodotto finito avvengono con processi decisi da sistemi informatici e telematici (è del 2002 l'inaugurazione, da parte di Pirelli, del primo impianto produttivo gestito interamente da robot e controllabile via web). Sullo sfondo, l'affascinante mondo dell'intelligenza artificiale: un mondo di interazioni nuove tra uomo, macchina e "sistema" in cui la meccatronica – per la sua capacità di unire discipline diverse, produzione di beni strumentali e scienza applicata – giocherà un ruolo di primo piano ■

Il distretto della meccatronica rappresenta un “caso istruttivo”, secondo l’indagine di Confindustria Reggio, per capacità di risposta ai bisogni dei clienti, progetto e governo dell’innovazione, internazionalizzazione come fattore “genetico”. Tanto da poter competere ad armi pari con gli altri sistemi leader del settore, che per la meccatronica sono Germania, Usa e Giappone. Il merito della meccatronica reggiana sta nell’aver costruito un presidio solido nella “nicchia globale” della meccatronica, proprio negli anni in cui – per la prima volta – le industrie italiane si trovano a competere davvero in un mercato aperto e di grandi dimensioni (finita l’era della svalutazione della moneta e dell’infla-



IL CASO

Principali criticità, formazione e specializzazione **La parola agli imprenditori**

Una serie di interviste effettuate a molti imprenditori di successo che operano nel comparto della meccatronica reggiana: l’obiettivo, capire i segreti del modello Reggio Emilia, di come abbia conquistato la leadership di questo mercato e se e quanto sia capace di mantenerla. Ne emerge che già nel 2001 le aziende intervistate – selezionate non a caso, ma appunto sulla base del ruolo di leadership – sviluppavano, da sole, un fatturato superiore ai 1.100 milioni di euro, e mostravano trend di crescita. Un fatturato che, per dimensione, varia moltissimo, a seconda del valore del mercato di riferimento ma anche dell’anzianità delle stesse aziende.

Sei i tratti analizzati, approvvigionamento, produzione, marketing e distribuzione, finanza, R&D, formazione. L’analisi ha messo in luce la forte dipendenza della filiera dall’approvvigionamento estero – in particolare dalla Germania – per quanto riguarda la componentistica elettronica e informatica. Dal lato della produzione, emerge che la “core activity” è la progettazione e la produzione di parti strategiche per grandi clienti, con l’offerta di soluzioni complesse e personalizzate che si accompagnano a una bassa propensione alla delocalizzazione. Ne è emerso che l’area reggiana si caratterizza come una filiera ad altissima specializzazione, con capacità uniche di progettazione e integrazione di sistemi elettromeccanici. Sul versante internazionalizzazione, emerge una forte presenza sui mercati esteri, presidiata con uffici commerciali in loco, e spesso “anticipata” con lungimiranza rispetto alle tendenze del mercato, con evidente vantaggio rispetto ai competitor arrivati in un secondo momento.

“Arretrata”, per certi aspetti, la gestione finanziaria: marginale il ricorso alle quotazioni di borsa, come pure quello a servizi finanziari e assicurativi innovativi. Due, comunque, i modelli individuati: quello delle aziende più piccole, a gestione familiare, o relativamente giovani, che soffrono una maggiore difficoltà di accesso al credito, ricorrono molto spes-



so all’autofinanziamento e non riescono a investire direttamente sui mercati esteri; quello, più evoluto, dei grandi gruppi industriali, per cui accedere al credito – e quindi anche autofinanziarsi – è più facile, e per cui la crescita si realizza tramite acquisizioni e investimenti diretti esteri. Anche sul versante R&D la dimensione incide profondamente: tutte le aziende del distretto si caratterizzano per elevato livello di innovazione, puntando sullo sviluppo flessibile di innovazioni incrementali; salvo che solo le imprese più grandi, o comunque facenti parte di gruppi, hanno costituito reparti specifici R&D (più focalizzati però sullo sviluppo di prodotto che sulla ricerca in senso stretto). Poco soddisfacenti i rapporti con il mondo della ricerca pubblica, “accusata” dagli imprenditori di non rispondere alle richieste in tempi ragionevoli e con soluzioni produttive: un fattore che ha spinto gli industriali ad appoggiarsi alle associazioni di categoria, cofinanziando la nascita di istituti di ricerca specifici per la meccatronica, come il Cesna; altra soluzione tentata, il ricorso all’internazionalizzazione dell’R&D, rivolgendosi all’estero per acquisire il know-how tecnologico, un outsourcing perseguito sia attraverso l’acquisizione di aziende estere sia attraverso reti stabili di relazioni con università e centri di ricerca nei Paesi leader. E se l’occupazione a Reggio vanta tassi da record – assieme a un know-how diffuso su tutto il territorio – le aziende faticano non poco a trovare personale specializzato: da qui la scelta frequente di creare centri interni di formazione del personale. ■



zione a due cifre). Cosa ha prevalso sui principali competitors esteri? La flessibilità, anzitutto, e l'elevata specializzazione delle piccole imprese, un fattore vincente rispetto al modello di grande impresa prevalente oltre confine. In secondo luogo – oltre ad un rapporto qualità-prezzo rimasto favorevole nonostante l'euro – gli stranieri sono stati battuti sul fronte personalizzazione, come modello contrapposto alla politica di elevata standardizzazione di prodotto perseguita altrove. I rischi? Secondo gli industriali, l'insufficiente "policy di sistema", soprattutto a livello nazionale,

affinché le imprese raggiungano quella "massa critica" senza la quale – problema comune ad altri distretti – per quanto eccellenti non si può competere sul mercato globale, o non lo si può fare in qualità di leader. Eppure, proprio il caso reggiano dimostra la grande importanza delle "policy pubbliche locali", dell'impresa piccola o media non "in sé" ma in quanto parte di una filiera, appunto, tanto che la meccatronica reggiana si pone, sottolineano gli industriali, come "paradigma in contro tendenza che apre la strada all'individuazione del nuovo modello di sviluppo del nostro Paese". Perché in questo campo, i cambiamenti che si sono imposti a livello di singola impresa – impossibilità per le Pmi di governare tutte le componenti strategiche della catena del valore, da quando elettronica prima e informatica poi sono entrate pesantemente nel comparto – hanno costituito, almeno per il sistema reggiano, altrettanti stimoli per ricercare partnership in grado di offrire il know-how complementare; l'opposto della soluzione adottata dalle grandi imprese estere, votate all'integrazione verticale e orizzontale. Una soluzione favorita, a Reggio Emilia, dalla vicinanza territoriale delle unità produttive, oltre che da una forte propensione a governare reti di relazioni. E nel nuovo modello, il core business non è più la produzione in sé, ma l'analisi dei bisogni dei clienti, la progettazione di soluzioni personalizzate, l'assistenza post-vendita. Quello che forse manca, nota ancora l'indagine, è il completamento della fase di transizione da un'internazionalizzazione "tattica" e "adattiva" a una "guidata da intenzioni strategiche consapevoli", in cui planning e marketing strategico produttivo e finanziario siano il pane quotidiano di un nuovo management professionale, riarticolato e distinto rispetto alla proprietà. Capacità di gestione raramente rintracciabili nella singola impresa, così che il distretto – in questo caso quello della meccatronica – rappresenta la dimensione critica ideale per governare la complessità assunta dai fenomeni di internazionalizzazione ■

L'ANALISI

Uno sguardo a Germania, Usa e Giappone **Reggio e gli altri**

In Germania, la meccanica avanzata è incentrata sulla presenza di grandi aziende – quali Bmw, Bosh, Siemens, ecc – e centri di ricerca tra i più avanzati a livello mondiale. Sono le grandi aziende a guidare le strategie di ricerca e le traiettorie di internazionalizzazione del sistema, sulla base delle parole d'ordine "minimizzare i costi del lavoro" e "allearsi con le aree di eccellenza", tra cui la Svezia per le necessità di carattere scientifico, l'Italia e la Svizzera per le lavorazioni ad alta specializzazione, i paesi dell'Est e l'Estremo Oriente per le lavorazioni "labour-intensive".

Dalla Germania agli Usa, che punta su tre grandi aree di specializzazione: la California, gli Stati del Centro-Sud e quelli del Nord-Est. È proprio in quelle aree che si concentrano le principali aziende motoristiche, come Gm e Ford, elettroniche, come Motorola e Hp, aerospaziali, come Boeing, e di produzione di mezzi agricoli, Caterpillar Cnh e John Deere. In questo contesto sono domanda industriale e domanda finale a imporre le logiche di sviluppo, con traiettorie di internazionalizzazione guidate dalla necessità di mantenere alta la competitività (lavorazioni specializzate dai paesi europei e produzioni ad alto contenuto di manodopera delocalizzate in Asia e Sud America).

Infine il Giappone, dove la filiera meccatronica è diffusa su tutto il territorio

nazionale, con particolare intensità per i centri di Zendai, Tokyo e Osaka. Qui si concentrano le più avanzate istituzioni e centri di ricerca riferibili al comparto, e anche le sedi di aziende "globali". È proprio la ricerca di base, nel paese del Sol Levante, ad essere il principale motore dello sviluppo, con un forte impulso che proviene dalle policy pubbliche. Sul versante internazionalizzazione, i giapponesi, nel passato, hanno guardato agli Usa, con l'intento di estrarre il massimo know-how possibile dall'avanzata R&D statunitense, mentre oggi si rivolgono con fiducia ai mercati asiatici e sudamericani.

Un tessuto aziendale costituito prevalentemente di imprese di media dimensione e leader di "nicchia globale": questo il punto di forza, per contro, della filiera reggiana della meccatronica. È la rete di imprese, a Reggio, ad essere motore dello sviluppo e allo stesso tempo suo limite, non essendo al momento proponibile un governo "consapevole" e pianificato in grado di cogliere appieno le potenzialità che l'insieme delle leadership di nicchia e la qualità dell'offerta consentirebbero di cogliere. In altre parole, dove localizzare la testa della filiera? L'unica risposta possibile, secondo l'indagine commissionata dall'Associazione degli industriali reggiani a Progetto Europa Consultants, è fare pensiero strategico di sistema, integrando i due motori principali dello sviluppo: il territorio e il sistema delle imprese ■

La centrale Hera che sorgerà a Imola coprirà il fabbisogno di 60mila persone

Le nuove frontiere della cogenerazione

di Rossella Pressi

Energia e calore per i 60mila abitanti di Imola. Potrebbe essere questo, a pieno regime, il bacino dei clienti della nuova centrale di cogenerazione di proprietà di Hera Spa che verrà gestita da Hera Imola Faenza. I lavori sono iniziati qualche settimana fa a Imola (per concludersi nell'autunno 2008), nel quartiere di Zolino situato a nord dell'abitato. Il nuovo impianto, che costerà tra i 70 e i 75mln di euro, avrà 20 addetti, occuperà una superficie totale di oltre 18mila mq (di cui circa 4mila coperti e oltre 13mila scoperti ma impermeabilizzati) ed erogherà 224 milioni di kWh di calore. La potenza termica sarà di 65MW mentre la potenza elettrica di 73,2MW. L'energia termica prodotta sarà di 232.427 MWh/anno pari al 98,5% del fabbisogno previsto a regime, mentre l'energia elettrica prodotta sarà di 644.829 MWh/anno pari al 96% del fabbisogno previsto al 2011. Nel rispetto degli strumenti di programmazione e pianificazione nel settore energetico-ambientale a livello nazionale e territoriale, "la nuova centrale - spiega Luciano Mazzini, assessore all'ambiente del Comune di Imola - garantirà da un lato il potenziamento della produzione di energia termica e quindi l'estensione del servizio di teleriscaldamento ai cittadini (compresa la riconversione e la conseguente dismissione, nelle zone già insediate del centro urbano, di oltre 400 centrali termiche autonome) e dall'altro la produzione di energia elettrica per Imola". L'energia elettrica prodotta in cogenerazione dalla nuova centrale soddisferà le esigenze dell'intera città di Imola. Nel caso di black out elettrico nazionale quindi, per come è configurata e in considerazione della

sua interconnessione elettrica, la centrale potrà staccarsi dalla rete di distribuzione nazionale di energia elettrica ed operare in isola, fornendo elettricità alla città di Imola. Come tutti i grandi progetti, anche per la nuova centrale di Hera, l'iter è stato lungo ma alla fine si è trovato un accordo soddisfacente sia dal punto di vista dell'efficienza sia per quel che riguarda l'impatto sulla città. "Grazie a una Convenzione firmata con Hera - sottolinea l'Assessore Mazzini - è previsto che ogni anno sia trasferita al Comune una somma composta da una quota fissa (100mila euro) e una variabile (il 2% dei certificati di efficienza energetica riconosciuti all'impianto) da destinarsi ad interventi in campo ambientale". Nel 2003, quando è stato presentato, il progetto era abbastanza diverso: consistenti i cambiamenti approntati dal Tavolo Tecnico chiesto dalla città e costituito con l'aiuto di Arpa e di altri soggetti pubblici: "Un approfondimento dello stu-

dio dello sviluppo della rete di teleriscaldamento della città di Imola - si legge in una nota di Hera - ha permesso di identificare aree di nuova urbanizzazione oltre a 400 edifici con riscaldamento a gas o gasolio che possono essere riconvertiti a teleriscaldamento. È stata anche incrementata la potenza termica dell'impianto a scapito di quella elettrica. Inoltre il 98% dell'energia viene prodotta in cogenerazione con un sensibile incremento del rendimento complessivo dell'impianto. Dal punto di vista ambientale invece le modifiche hanno riguardato l'adozione di un secondo sistema di abbattimento degli ossidi di azoto (NOx), con una riduzione delle emissioni di un ulteriore 75%. In questo modo Imola avrà una centrale che produrrà il triplo del calore oggi distribuito dimezzando però l'emissione

Il nuovo impianto sarà ultimato per l'autunno 2008 e difenderà i cittadini anche dai black out



di ossidi di azoto rispetto alla configurazione impiantistica attuale”.

“Il progetto iniziale era molto diverso – ha spiegato Alberto Cavina, presidente del Rab, il Resident advisory board che è il punto di contatto tra la centrale e i cittadini imolesi – oggi posso dire che il risultato è buono perché la centrale, se i valori verranno rispettati, dovrebbe avere emissioni inferiori ai termini di legge”. Ma se con questi cambiamenti la centrale è stata per lo più accettata dalla popolazione, ci sono ancora diverse questioni in sospeso. “Una riguarda la formazione delle polveri secondarie – dichiara Cavina – è stato inserito un catalizzatore per abbassare le emissioni degli ossidi di azoto (che dovranno essere di 8 microgrammi per metro cubo contro i 15 autorizzati e i 50 di legge) ma, paradossalmente, adesso è diffi-



cile capire se la sostanza che serve per “neutralizzare” le emissioni nocive, mescolandosi alle emissioni stesse, formi qualcosa di ancora più pericoloso o invece sia innocuo. Per queste misurazioni il Rab sta già lavorando con l’Arpa”. C’è poi l’aspetto economico. “A oggi – commenta Cavina del Rab – le tariffe che ci ha proposto Hera sono le più alte d’Italia. Anche Ferrara e Reggio Emilia godono di tariffe più basse”. La spiegazione viene direttamente

da Hera, che sottolinea: “Il meccanismo alla base della determinazione della tariffa del teleriscaldamento, per non discriminare i cittadini-clienti che non possono e non potranno accedere al servizio teleriscaldamento perché residenti in aree non servite, si basa su un principio di indifferenza rispetto al costo di riscaldamento a gas. La tariffa – continua la nota di Hera – è calcolata partendo dal valore della tariffa del gas per riscaldamento applicata



IL CASO

In Nord Europa lo utilizzano da almeno 30 anni **I segreti del teleriscaldamento**

Il teleriscaldamento è un sistema alternativo alle tradizionali caldaie, che permette di portare il calore nelle abitazioni sotto forma di acqua calda. Questa, attraverso scambiatori di calore a zero emissioni inquinanti, entra nel sistema di riscaldamento delle case. È una tecnologia che da almeno 30 anni viene utilizzata nel nord Europa ed è raccomandata tra le tecnologie di riscaldamento pulite in grado di ridurre l’effetto serra (è per esempio citata nel “Libro verde sull’efficienza energetica”, pubblicato dalla Commissione Europea, come un sistema che può contribuire alla protezione dell’ambiente).

“L’impianto all’interno dell’abitazione – spiega una nota di Hera – è molto semplice ed è costituito dalle sole tubazioni che trasportano l’acqua calda ai vari apparecchi termoconvettori e da un accumulo per gli usi sanitari. Non sono necessarie, a differenza dei locali caldaia, prese d’aria nei locali dove viene realizzato il punto di consegna. Le regolazioni delle temperature dell’ambiente e dell’acqua calda, sono autonome e del tutto equivalenti ai sistemi individuali”.

Angelo custode della nuova centrale è il Residential advisory board o più semplicemente Rab, consiglio consultivo della

comunità locale. Preso ad esempio da un’esperienza simile realizzata anni fa nel Nord Europa (ma anche più recentemente nella nostrana Ferrara quando si parlò di ampliare l’inceneritore), il Rab di Imola è la naturale continuazione del Tavolo Tecnico costituitosi anni fa per discutere dell’opportunità o meno di costruire una nuova centrale in città. Allora facevano parte del Tavolo i rappresentanti dei Forum (quartieri) cittadini e dell’amministrazione e per 3 anni hanno lavorato al miglioramento del progetto della centrale. Oggi che i lavori della centrale sono iniziati, il Tavolo si è trasformato in Rab e, grazie a elezioni pubbliche è stato istituzionalizzato attraverso l’elezione dei 12 membri. Nove cittadini (di cui 6 eletti, un rappresentante del Forum di Zolino, uno della zona industriale e uno del comitato contro la centrale) e 3 rappresentanti di Hera. Presidente è Alberto Cavina, il rappresentante del Forum di Zolino.

Per il momento il Rab vigilerà sui lavori di costruzione ma quando la centrale inizierà a funzionare spetterà a questi 12 membri, in rappresentanza di tutta la cittadinanza, controllare innanzitutto che le emissioni rispettino quanto dichiarato da Hera ■

al consumo medio di un normale appartamento riscaldato da una caldaia individuale; la quota fissa, variabile in funzione della potenza richiesta, remunera l'utilizzo dell'infrastruttura di rete che serve la zona. I due servizi sono equivalenti in termini di costo annuo". Per quanto riguarda invece Reggio Emilia e Ferrara, la differenza è dovuta alle tipologie di fonti di produzione del calore presenti nei vari territori. "A Reggio Emilia e Ferrara – spiegano da Hera – la fonte di produzione è il termovalorizzatore. A ciò, nella città di Ferrara, si aggiunge anche la geotermia, che determina ulteriori agevolazioni fiscali nella tariffa: la presenza sui territori di queste fonti permette di avere tariffe più contenute". Resta il fatto che le tariffe costituiscono un ostacolo. "Il vero vantaggio ambientale – commenta il presidente del Rab – ci sarà solamente se molti utenti spegneranno la caldaia tradizionale a favore del teleriscaldamento (d'inverno) e il condizionato-

re a favore del teleraffreddamento (d'estate)". Le potenzialità ci sono perché, spiega l'assessore Mazzini, "in base ad una convenzione firmata con il Comune di Imola, Hera è stata impegnata a garantire, a scapito della produzione elettrica, la potenza termica necessaria per il soddisfacimento delle richieste di allacciamento alla rete di teleriscaldamento sino alla potenza massima di calore che il nuovo impianto permette di produrre, ossia di 80 MW".

All'attuale rete di teleriscaldamento, vantaggioso anche perché annulla le spese di manutenzione (obbligatoria e in caso di guasto) e di sostituzione della caldaia, risultano allacciati circa 4mila clienti. Imola è stata tra le prime città in Italia a dotarsi di questo servizio alla fine degli anni '80 con una rete di distribuzione alimentata dalla centrale di cogenerazione di Montericco (che dal momento in cui la nuova centrale entrerà in funzione verrà utilizzata solo tra dicembre e febbraio per un

massimo di 130 ore all'anno). Ma a chi converrà scegliere il teleriscaldamento? Più di altri sono favoriti i condomini che oggi hanno una caldaia centralizzata. "L'impiantistica – spiega Cavina – a patto di essere vicini ai tubi del teleriscaldamento, è semplice da modificare. Inoltre, per chi vuole convertire l'impianto, ci sono degli sconti che vanno dall'80% per una caldaia a gasolio, al 70% per gli abitanti di Zolino e al 50% per tutti gli altri utenti" ■



Pubb

di Veronica De Capoa

La pratica si sta diffondendo in modo capillare in provincia di Bologna

Arriva il “Porta a porta” L’ambiente ringrazia

L'obiettivo: aumentare la raccolta differenziata per ridurre la quantità dei rifiuti destinati a discariche ed inceneritori e al contempo ridurre i costi di smaltimento. Lo strumento: la diffusione del sistema di raccolta “porta a porta” integrale o mista. La provincia di Bologna si sta mobilitando per superare il gap che la distanza da altre province del Nord Italia e lo fa lanciando un piano per lo smaltimento dei rifiuti.

Il capoluogo si mobilita per superare il gap con altre città del Nord

I rifiuti urbani raccolti in modo indifferenziato nel territorio sono stati nel 2006 166.576 tonnellate, di cui 156.543 avviati a recupero e 10.033 a smaltimento, che equivalgono ad una percentuale del 29,4% dei rifiuti raccolti, a fronte del 36,3% su base regionale.

“Senza nuove iniziative, in 10 anni la produzione dei rifiuti aumenterà del 20% (dalle attuali 576mila tonnellate a 679mila) – ha detto l’assessore all’ambiente Emanuele Burgin nel corso della conferenza stampa di presentazione del Piano – mentre la raccolta differenziata appena del 9% (salirà al 40%, con un aumento annuo sotto l’1%), rendendo necessario un ampliamento del fabbisogno delle discariche di quasi 4mila tonnellate. Se la raccolta differenziata è aumentata dal 23% a circa il 30% – ha aggiunto l’assessore – lo si deve anche all’utilizzo di nuovi sistemi di raccolta dei rifiuti”.

Il sistema adottato in quasi tutta la provincia è quello a cassonetto stradale, ma si sta diffondendo anche il sistema del porta a porta integrale o misto. Il Comune di Monteveglio è stato il primo ad avere avviato in via sperimentale il servizio di raccolta dei rifiuti domestici con questo sistema. Il

risultato è stata una crescita della raccolta differenziata dal 16,3% del 2004 al 58,7% del 2006. Su questo modello è partito da poco il comune di Monte San Pietro, in dicembre sarà la volta di Crespellano, mentre Sasso Marconi dovrà aspettare gennaio 2008. Ma anche altri comuni del territorio come Argelato stanno passando al porta a porta integrale per le utenze domestiche, mentre le aziende adottano la raccolta a domicilio già da qualche tempo.

Dietro questi cambiamenti, oltre alla provincia di Bologna, ci sono le tre società che servono il territorio: Hera Spa, Geovest, Cosea Ambiente.

“I costi di smaltimento dei rifiuti sono in crescita e aumenteranno in-

evitabilmente con il passare degli anni – avverte Massimiliano Fregni, responsabile area tecnica della Geovest – il rimedio è senza dubbio la raccolta differenziata che sottraendo materiale alla discarica e agli inceneritori consente di contenere i costi”. Convincere la popolazione a dividere i rifiuti non è però cosa da poco. “È indispensabile valutare il territorio in cui si agisce e la disponibilità degli abitanti. Oggi esistono diversi sistemi di raccolta – spiega Fregni – che vanno dal porta a porta integrale a raccolte integrate basate sulla presenza dei contenitori stradali affiancata alla raccolta a domicilio”.

L’introduzione graduale della domiciliazione dei rifiuti è necessaria. I moti-



vi sono diversi di ordine economico, ambientale e anche logistico. “La crescita della raccolta differenziata fa diminuire i costi di smaltimento e aumentare i contributi da parte dei consorzi – spiega Vittorio Scandellari, responsabile area finanziaria di Geovest – in questo modo, anche se con il porta a porta aumentano i costi di servizio, si riesce a raggiungere un equilibrio. Equilibrio che nella prima fase consentirà di non aumentare la tassa dei rifiuti e nella seconda fase, grazie all’introduzione della tariffa, porterà ad un risparmio per i cittadini. Dal punto di vista ambientale l’aumento della raccolta differenziata pone fine al problema delle discariche che nel territorio gestito da Geovest giungeranno a termine nel giro di due o tre anni”.

E proprio sulle discariche è focalizzato il piano della provincia. L’intento è di non costruire nuovi impianti di smaltimento e di assorbire le chiusure pianificate delle discariche di Sant’Agata Bolognese (2009) e Gaggio Montano (2014), sfruttando il più possibile l’inceneritore del

Frunto (220.000 tonnellate all’anno). Per raggiungere questo scopo verranno estese le sperimentazioni di raccolta porta a porta e incentivate le aziende a produrre meno rifiuti speciali. Presto anche i Comuni della prima cintura (Casalecchio, San Lazzaro, Pianoro, Ozzano, Castenaso, Granarolo, Zola Predosa) e addirittura alcuni quartieri di Bologna saranno coinvolti nella sperimentazione. “È il progetto Sgr50 – spiega il direttore di Ato5, Marco Morselli – che ha lo scopo di raggiungere il 50% di raccolta differenziata entro il 2010, combinando la raccolta a domicilio di carta e plastica ad una riorganizzazione più mirata dei cassonetti, anche per le utenze non domestiche”.

Il Piano della provincia disegna due possibili scenari. Il primo punta a un aumento della raccolta differenziata del 2,3% all’anno per 10 anni, fino a raggiungere la media provinciale del 54%. “In questo modo – spiega Burgin – bisognerebbe ampliare le discariche per 6,45 milioni di tonnellate”, cifra che scenderebbe di 4

milioni se si riuscisse a ridurre del 20% il conferimento in discarica dei rifiuti speciali. Il secondo scenario punta a raggiungere il 68% di raccolta differenziata nel 2017, con un aumento del 3,7% all’anno per i prossimi 10 anni e con la contemporanea riduzione dei rifiuti a 555 mila tonnellate. “Grazie anche alla riduzione del 20% di rifiuti speciali – ha affermato l’assessore – avremo bisogno di ampliare le discariche per soli 1,2 milioni di tonnellate, decretando la fine degli impianti nel 2012” ■



IL PROGETTO

In vetta alla classifica nazionale per “quota pro-capite”, ne ricicliamo il 36,3%

L'accordo con il Conai per una gestione sostenibile dei rifiuti

Negli ultimi 10 anni la produzione di rifiuti urbani è cresciuta di circa il 2,8% all’anno, ponendo l’Emilia-Romagna tra le regioni con i valori di produzione pro-capite più elevati a livello nazionale.

La percentuale di raccolta differenziata nel 2006 si è attestata al 36,3% per un totale di 1.050.030 tonnellate di rifiuti raccolti. Di pari passo la quantità di rifiuti indifferenziati (1.841.000 tonnellate) conferita in discarica è diminuita passando dal 77% nel 1996 al 59% nel 2006.

Proprio per aumentare il riciclaggio dei rifiuti, il recupero degli imballaggi e la raccolta differenziata la Regione Emilia-Romagna ha siglato il 16 ottobre un accordo con il Conai, Consorzio nazionale imballaggi. Firmato a Bologna dall’assessore regionale all’Ambiente Lino Zanichelli e dal direttore generale del Conai Giancarlo Longhi nel corso del convegno “Prevenzione e recupero: per una gestione sostenibile dei rifiuti in Emilia-Romagna”, l’accordo prevede la realizzazio-

ne di una mappatura dei flussi degli imballaggi, dalla produzione al riciclo e recupero. Comprende inoltre l’individuazione di aree in cui intervenire con sperimentazioni e progetti pilota in modo da migliorare la qualità dei rifiuti di imballaggio raccolti e conferiti.

Sulle diverse attività svolte verranno organizzate campagne di comunicazione per sensibilizzare i cittadini sulla raccolta differenziata e specifiche iniziative sulla prevenzione e riduzione alla fonte dei rifiuti di imballaggio prodotti. Del monitoraggio di tutte le attività previste dall’Accordo si occuperà un Comitato Tecnico a partecipazione allargata: “La produzione dei rifiuti – ha spiegato l’assessore Zanichelli – è in crescita: da 658 kg a persona nel 2004, a 663 nel 2005, a 673 nel 2006. Gli imballaggi rappresentano circa il 30% in peso e il 40% in volume del totale dei rifiuti solidi urbani. Con questo accordo – ha sottolineato Zanichelli – la Regione mette al centro il recupero e il riciclaggio, per ridurre al minimo il ricorso alla discarica e agli

inceneritori”. Per i rifiuti indifferenziati, Zanichelli ha spiegato che il 31% di essi è destinato all’incenerimento, mentre il 59% va in discarica e l’8% è assegnato alla biostabilizzazione.

“Il sistema regionale si deve orientare – ha affermato Gian Franco Saetti, responsabile del Servizio rifiuti e bonifica siti Regione Emilia-Romagna, nel corso del convegno – verso una gestione dei rifiuti urbani e speciali che consenta di sviluppare al meglio tutte le best practices sperimentate in Italia e all’estero negli ultimi anni e finalizzate alla riduzione degli impatti legati alle operazioni di recupero, riciclaggio e smaltimento. Occorre che la prevenzione del rifiuto – ha aggiunto Saetti – costituisca il primo gradino in una scala di priorità per governare il corretto ciclo gestionale dei rifiuti, al fine di arrivare a completare e chiudere correttamente tutto il ciclo, nel pieno rispetto delle finalità e dei principi delle Direttive Comunitarie e delle Leggi Nazionali e Regionali” ■

Pubb

Biorepair, il dentifricio che ripara lo smalto

Il nuovo prodotto nasce da un lavoro di squadra tra il laboratorio Lebsc e la bolognese Coswell

di Michela Suglia

Il dentista in un tubetto di dentifricio. Si chiama Biorepair®, ripara lo smalto dei denti grazie a microparticelle sintetizzate in laboratorio in quantità industriali e a costo record, ed è frutto del lavoro di squadra tra università e impresa. Artefici del “miracolo” i ricercatori del laboratorio di strutturistica chimica ambientale e biologica (Lebsc) dell’ateneo di Bologna, diretto dal professor Norberto Roveri, e la Coswell, azienda bolognese specializzata in prodotti per l’igiene e la persona. Nel 2005 da una ricerca del laboratorio scatta il colpo di

Il segreto sta in microparticelle biologicamente attive che fanno le veci dell’idrossiapatite

fulmine, poi il brevetto e un anno dopo il primo dentifricio. Da allora vendute 400 mila confezioni (merito anche degli spot tv, con Roveri come testimonial) e a settembre il lancio sul mercato inglese.

Cronaca di una fortunata avventura che ha sancito un’alleanza concreta fra mondo accademico e aziendale, superando le reciproche diffidenze. “Sono molto soddisfatto del risultato – conferma il

professor Roveri – l’università è stata per tanto tempo chiusa a ogni contributo alle aziende, che dal canto loro preferivano cercare partner sul mercato o brevetti all’estero, anche perché il grande limite della ricerca sono i tempi di applicazione, troppo lunghi per chi produce. Adesso le cose sono cambiate e nell’università si è capito che è molto importante avere ricerche di base con un’applicazione sul campo”. In particolare la fortuna di Biorepair® è stata la ricerca avviata trent’anni fa nel settore e arrivata oggi al momento clou, giusto in

tempo per la produzione industriale. “Un motivo di orgoglio per noi che siamo arrivati a un risultato in un anno e mezzo e un’opportunità per la Coswell”, sintetizza Roveri.

In sostanza i ricercatori di via Selmi hanno scoperto che l’idrossiapatite, una sostanza minerale che costituisce la dentina e lo smalto dei denti, si può riprodurre in laboratorio in forma di microparticelle biologicamente attive che non hanno i costi proibitivi dell’idrossiapatite e sono più efficaci della silice, comunemente usata nei dentifrici. “E pensare che ai dentisti il presidio a base della stessa sostanza viene venduto a 80 euro per 5 grammi”, fa notare Roveri. Al contrario Biorepair® costa 6 euro se acquistato in farmacia (questa versione contiene il principio attivo al 20%, quantità massima) e 3.99 al supermercato (concentrazione al 15%). Ma che proprietà hanno questi microcristalli? Grazie alle piccole dimensioni, riescono a legarsi al minerale naturale dello smalto e ripararne graffiature e lesioni provocate dall’usura meccanica (come lo spazzolino) o dagli agenti chimici. Successivamente “crescono” in maniera naturale con effetti preventivi sulla carie e contro placca, tartaro e alitosi.

La svolta arriva nel 2005 con un articolo, che illustra la scoperta, pubblicato su Science, prestigiosa rivista scientifica, e citato in un trafiletto dalla stampa locale. La Coswell bussa allora al laboratorio per chiedere dettagli. E scopre un mondo affine e tecnologicamente avanzato che non aspetta altro che la grande occasione. “Coswell ci ha offerto subito una collaborazione – racconta Roveri – che si è tradotta nel finanziamento di un assegno di ricerca (45mila euro per due anni) a neolaureati con esperienza all’estero”. Poi, grazie al sostegno dei laboratori di ricerca Blanx, dal brevetto alla commercializzazione il passo è breve e oggi ogni confezione è accompagnata da un “bugiardino”, firmato dal direttore del laboratorio, che sintetizza benefici e caratteristiche del dentifricio. Ma la storia di Biorepair® non finisce qui: il marchio passerà a una linea di colluttori, presto sul mercato ■



di Giuseppe Sangiorgi

Il Governo riconosce in finanziaria la necessità di potenziare il nodo bolognese

Passante Nord Qualcosa si muove

Bologna sente sempre di più il peso della viabilità italiana che la attraversa. Le istituzioni si sono mosse per ottenere dal Governo l'impegno ai finanziamenti di opere come il Passante Nord e il Servizio Ferroviario Metropolitano (Sfm), strategiche per il futuro dell'area ma soprattutto per l'Italia intera.

Con varie iniziative, si sono mosse Regione, Comune, Provincia e Camera di commercio, che, raccogliendo l'appello lanciato dalle organizzazioni di categoria, di recente ha evidenziato il tema ai parlamentari bolognesi riuniti assieme per la prima volta a Palazzo Mercanzia. Nell'occasione, fu l'intero sistema economico provinciale a lanciare un appello.

Ora dalla Finanziaria 2008 arriva un segnale verso il riconoscimento della centralità del nodo bolognese nella viabilità italiana, e per avviare il



potenziamento della dotazione infrastrutturale, questione vitale per la capacità competitiva dell'intera Penisola.

In fase di approvazione della manovra finanziaria, è stato votato all'unanimità un emendamento che stanziava nove milioni di euro, divisi tra il 2008 e il 2009, per l'avvio della pro-

gettazione del Passante Nord, il bypass autostradale. Un'opera che costerà quasi mille milioni diluiti negli anni e per la quale, Palazzo della Mercanzia ha ipotizzato l'opportunità di costituire una società di progettazione con Anas a maggioranza pubblica locale a cui potranno partecipare Provincia, Regione e

Nove milioni di euro per l'avvio della fase di progettazione dell'agognato bypass autostradale

Il Passante è inserito nell'Atto aggiuntivo all'Intesa generale sulle infrastrutture tra il Governo e la Regione Emilia-Romagna

IL RICONOSCIMENTO

Menzione speciale del Formez per il programma televisivo "Bologna, che Imprese!"

Un premio per la comunicazione innovativa

La trasmissione televisiva della Camera di commercio di Bologna, "Bologna, che Imprese!" ha ricevuto dal Formez, il centro di formazione e studi nazionale che opera secondo le direttive del Dipartimento della Funzione Pubblica della Presidenza del Consiglio, una menzione speciale nell'ambito del concorso nazionale "La P.A. che si vede - La tv che parla con te". Il riconoscimento è stato assegnato "per la qualità delle immagini e per gli evidenti sforzi nella ricerca di nuove tecniche di comunicazione". Nel programma, secondo il Formez "la conduzione si

intreccia con gli approfondimenti giornalistici, le interviste ed i grafici esplicativi. La specificità dei contenuti, coerente agli obiettivi istituzionali, rappresenta inoltre un contributo fattivo alla valorizzazione del made in Italy e di ciò che più al mondo caratterizza l'economia e la tradizione nazionale".

"Bologna, che Imprese!" è un programma di 12 minuti che approfondisce i temi ed i servizi offerti da Palazzo della Mercanzia alle imprese. Va in onda su tutti i network privati della provincia ma può essere vista anche sul sito www.bolognacheimprese.it, dove è pos-

sibile, cliccando sull'archivio, richiamare servizi alla ricerca di un argomento di interesse.

"Il programma - sottolinea il presidente camerale, in questo caso editore, Gian Carlo Sangalli - è la rappresentazione dell'ente camerale e delle imprese di eccellenza, ma anche del lavoro meno conosciuto al grande pubblico di tutte le attività che contribuiscono a fare del tessuto imprenditoriale bolognese un'area di assoluto prestigio in ambito nazionale". La Camera di Bologna è l'unica in Italia ad utilizzare internet per una trasmissione dedicata ■

di Giuseppe Sangiorgi

Comuni attraversati dall'infrastruttura, Fondazioni Bancarie e la stessa Camera di commercio.

La società di progettazione potrebbe avere lo scopo di redigere il progetto preliminare sulla base del quale avviare le procedure di gara per l'individuazione del concessionario per la costruzione e gestione che assumerà a proprio carico la realizzazione e gestione dell'opera.

La strada dell'assegnazione diretta dell'opera deve superare i dubbi espressi dalla Ue su questa modalità di intervento. Il ministro delle Infrastrutture, Antonio Di Pietro ha depositato il quesito all'Ue. Forse a gennaio – ma forse più tardi – il commissario al mercato interno, McGreevy, dovrà far sapere se è realizzabile l'ipotesi di affidare la gestione del Passante ad Autostrade per l'Italia dopo aver indetto una gara per la sua realizzazione.

I tempi sono e saranno necessariamente molto lunghi, ma intanto qualcosa si comincia a muovere: "Forse – dice il presidente della Camera di commercio, Gian Carlo Sangalli – si è percepita quest'opera come troppo legata a Bologna, e sono state rimpallate e rimandate scelte che dovevano essere fatte da tempo su un'opera che è un passo strategico per il Paese. Il problema della viabilità interna si sovrappone infatti a quello nazionale senza intralciarsi. La Camera di Commercio ha svolto il ruolo di richiamare le responsabilità su un tema che è nazionale. Il Passante Nord serve a tutti, altrimenti il nodo di Bologna rischia di diventare un nodo scorsoio per l'Italia".

Continuando a non decidere in tema di infrastrutture, secondo il numero uno della Camera di commercio di Bologna, "si rischia di fare la scelta del declino" mentre Bologna deve poter trasformare il suo ruolo in snodo di fluidità logistica e di viabilità nazionale. "Al dinamismo dell'economia – aggiunge Sangalli – deve corrispondere il dinamismo di chi governa. Chi governa deve sapere che l'economia regge se strutturata attraverso i collegamenti. Dalla coalizione tra istituzioni ed economia può venire la politica che fa le scelte" ■

Bilancio di fine mandato per Gian Carlo Sangalli, "Il sistema camerale è entrato nella modernità, coniugando efficienza ed efficacia"

È in scadenza il mandato di Gian Carlo Sangalli al vertice della Camera di commercio di Bologna. Da tempo nel mondo camerale, il presidente potrebbe continuare a svolgere questo ruolo, oltre agli altri importanti impegni che sta portando avanti nel mondo economico nazionale.

Presidente, cosa le ha dato più soddisfazione in questi anni e cosa invece è stato più difficile?

"Direi i risultati perchè abbiamo riscontri concreti, dal mondo economico e da osservatori esterni, della posizione raggiunta dalla Camera: una struttura moderna che dà servizi ed è utile alle imprese. La modernizzazione dell'ente camerale attraverso le nuove tecnologie con un recupero di efficienza è stata vissuta positivamente dalle imprese. L'aspetto più complicato ritengo sia una sorta di ritrosia culturale nel riconoscere appieno il ruolo di rappresentanza delle imprese svolto dalla Camera."

Come è cambiato il panorama economico bolognese in questi anni?

"Si può parlare di una economia in continua trasformazione, sempre più legata al terziario ed al manifatturiero di alta specializzazione che attira competenze e professionalità in azienda. C'è stata una modernizzazione delle imprese ben diversa rispetto allo sviluppo di quelle infrastrutture di cui sente ora il bisogno. È un sistema economico sempre più interconnesso al tessuto sociale che contribuisce ad una crescita ai ritmi europei più avanzati, in cui la vocazione all'export occupa un ruolo strategico".

Il rapporto con il mondo delle imprese è per le Camere di commercio sempre più telematico: il lancio della Business key ne è un esempio.

"Dieci anni fa, l'ente era ancora fermo al secolo scorso con lunghe file di utenti. Oggi è diventata una realtà con migliaia di sportelli virtuali a cui l'impresa può collegarsi direttamente dal proprio pc. Questo è un modo consapevole di entrare nella modernità dove si coniugano efficienza ed efficacia. Il sistema camerale è tra le pubbliche amministrazioni che più hanno informatizzato i servizi. La Business key, che potrebbe essere esportata ad altre amministrazioni e sviluppare economie di scala, segue ad altre innovazioni di grande rilievo come la smart card e la carta nazionale dei servizi. Sono strumenti che permettono di superare i confini della fisicità, riducono i costi e i tempi, incidendo positivamente sui fattori fondamentali per l'impresa. La tecnologia è di Infocamere che è tra le migliori al mondo ed è un grande potenziale per il nostro Paese".

L'aeroporto di Bologna chiuderà il 2007 con un primato per numero di passeggeri. Quali le strategie in cantiere per la Camera di commercio, azionista di maggioranza dello scalo?

"Si deve pensare ad una crescita ulteriore. Il "Marconi" è al terzo posto in Italia per traffico internazionale, grazie ad una politica di investimenti nella struttura. Abbiamo lavorato per fare del "Marconi" un punto di riferimento per il trasporto aereo, raggiungendo performance importanti, ma il mercato è in continua evoluzione, e richiede ulteriori investimenti che potranno arrivare dalla privatizzazione e dalla quotazione".



A PROPOSITO DI STRATEGIE LEGATE ALLE INFRASTRUTTURE, COME VEDE L'IPOTIZZATA INTESA TRA LE FIERE DI BOLOGNA E RIMINI?

“ Le alleanze devono derivare da progetto industriale comune. Le fiere di Bologna e Rimini devono saper individuare un comune terreno di gioco, fare squadra sapendo in partenza dove la sinergia deve andare a creare sviluppo, come ad esempio può essere il settore congressuale. **”**

di Michela Suglia

“Ce l’ho, ce l’ho, mi manca”: il ritornello che accompagna l’epopea della Panini di Modena

Da semplici edicolanti a colosso della figurina

“Una volta qualcuno mi disse che in Emilia sono nati i più grandi geni d’Italia: Panini erano fra questi”. Così Enzo Biagi, il giornalista bolognese scomparso da poco, ricordava i “magnati” modenesi delle figurine più famose d’Italia. Un colosso costruito sulle spalle e l’inesauribile inventiva di

donna Olga e dei suoi otto figli. Quattro fratelli e altrettante sorelle che negli anni ’60 sfidarono il destino scommettendo su un’avventura fatta di pezzetti di carta colorata, coccoina (le prime figurine adesive arriveranno nel ’71) e un album da riempire. Una scommessa vinta per un

gruppo che oggi è il leader mondiale nel settore delle figurine e carte da collezione e il quarto editore in Europa nell’editoria per ragazzi. Con 705 dipendenti e un fatturato pari a 579 milioni di euro nel 2006, il gruppo ha mantenuto la sede a Modena, ha 8 filiali fra l’Europa e il Sudamerica e una rete distributiva in più di 100 paesi.

Un successo spesso associato alla figura di Giuseppe Panini, primo figlio maschio e appassionato di enigmistica (a lui si deve il logo dell’azienda, il lanciere). In realtà l’avventura dei Panini è quella dell’intera famiglia, tenuta insieme dalla mamma specie dopo la scomparsa del padre, nel ’41. Quattro anni dopo il colpo di fortuna: Veronica, la primogenita, compra l’edicola di corso



Duomo, nel centro di Modena. Ci lavora a turno tutta la famiglia che però non si accontenta di vendere i pochi giornali dell’epoca. I Panini staccano dalle lettere i francobolli e ne fanno delle buste da vendere ai collezionisti. Poi si inventano la “busta-sorpresa” in cui, a prezzo stracciato, vendono rimanenze di fumetti, riviste, libri gialli insieme a un piccolo gadget. Un po’ alla volta diventano un’agenzia di distribuzione stampa. A quel punto il passaggio alle figurine è facile. L’edicola compra le figurine prodotte da altri e le rivende. Prima le raccolte naturalistiche, poi quelle sui calciatori. Ma l’idea di mettersi in proprio non è lontana.

Ufficialmente la Panini nasce nel 1963, anche se la prima collezione è

dei calciatori ’61-62 (la figurina numero 1 è dell’interista Bruno Bolchi). All’epoca una bustina costava 10 lire e in ogni confezione c’erano due figurine. La prima raccolta riuscì a vendere 3 milioni di bustine, 15 l’anno dopo e 29 quello successivo.

Operosi e lungimiranti, i Panini intuirono subito le potenzialità delle figurine ma soprattutto del calcio, che negli anni ’60 cominciava a diventare uno sport nazionale. In più, a differenza della concorrenza che a volte pubblicava raccolte con “buchi”, loro spediscono i pezzi mancanti su richiesta. Qualche tempo dopo ecco che arriva un’altra idea rivoluzionaria: stamparsi da soli le figurine. Lo fanno in un capannone in aperta campagna a Modena dove stampano perfino la carta adesiva. Poi grazie a Umberto che inventa la macchina imbustatrice Fifimatic, passano al confezionamento. A quel punto dietro pagamento, ottengono l’esclusiva dall’Associazione dei calciatori per cui saranno gli unici in Italia a produrre

Il boom risale agli anni ’60, con le prime “collezioni” di calciatori

Nella foto i fratelli Panini
Nella pagina accanto, il primo album e la prima figurina



re raccolte di figurine sul calcio. Ma lo sport non è l'unico soggetto. Già nel '65 esce la collezione su aerei e missili, poi quella sugli animali e col tempo su cinema, fumetti, sistema solare fino al calcio femminile. Per vent'anni l'azienda va avanti senza soci né aiuti esterni e prospera (nel 1970 il boom dell'export con la prima raccolta calciatori a distribuzione internazionale in occasione dei Mondiali in Messico). Ma nel 1988 viene venduta all'editore inglese Robert Maxwell (Giuseppe Panini resta però presidente onorario a vita). Come spiega Nunzia Manicardi nel libro "Figurine Panini", "probabilmente i Panini hanno la sensazione, loro della prima generazione, di stare per tramontare. La generazione successiva è quella dei loro figli, tra di loro tutti cugini, che sono numerosissimi, quasi una ventina. E pensano che sia meglio vendere, perché se poi viene meno l'accordo... finisce tutto". Una parentesi non del tutto positiva a cui segue nel 1992 il passaggio a una cordata finanziaria di cui faceva parte

anche la De Agostini, e nel '94 la vendita al colosso americano della Marvel Comics, quello dell'Uomo Ragno e Superman. Per tornare italiano, bisogna aspettare il 1999 quando il gruppo passa alla finanziaria Fineldo capitanata dal gruppo Merloni. In 40 anni sono state stampate oltre 20 miliardi di figurine e ogni anno si sfornano un miliardo di

bustine per sei miliardi di figurine. Per non parlare delle raccolte virtuali, quelle collezionate su Internet o le collezioni multimediali fino alle community per appassionati aperte sul web. Insomma le frontiere della Panini si sono estese anche se per tutti il ritornello "ce l'ho, ce l'ho, mi manca" resterà sempre associato alle figurine del lanciere ■

IL PROGETTO

L'ultima iniziativa, pensata per il popolo delle "digitali" **My Panini, l'album fai da te**

Figurine e album fai da te: è la nuova idea tirata fuori dal cilindro di casa Panini. Una novità che permette da un lato di rivivere l'avventura della storica famiglia modenese, dall'altro di esserne il protagonista. Da un anno infatti chiunque può scegliere tema, soggetto e grafica di quello che sarà il proprio album personalissimo di figurine che, una volta stampato e con tanto di didascalie, arriverà direttamente a casa entro 40 giorni. Si chiama My Panini, ed è il nuovo servizio proposto dalla divisione New Media dell'azienda, che impazza soprattutto all'estero, Sudamerica in testa.

La squadra di calcetto del weekend, Fido e Micio con i colori della squadra del cuore – miracoli del fotomontaggio – la festa di laurea, i primi giorni di vita del bebè o i momenti più intensi del matrimonio. Questi i temi più gettonati trasformati in figurina. Un'insolita collezione per sé o, ad esempio, per i compagni di squadra che hanno vinto un torneo oppure un originalissimo regalo per l'anniversario di nozze. Ma come fare per ricevere l'album a casa? Basta collegarsi al sito www.mypanini.com e, avendo le

proprie immagini in formato digitale (fino a 1000), seguire le istruzioni del software. Poi spazio alla fantasia: quanto basta per scegliere grafica e colore della copertina e delle pagine, definire il numero di pagine complessive dell'album e, per ogni pagina, stabilire quante figurine. Ovviamente il prezzo cambia in base al numero di immagini, pagine dell'album e copie da stampare.

Ultima creatura della serie è la variante My Panini solida che immortalava scorcio e curiosità delle vacanze. In questo caso però il formato e il prezzo sono standard: 14 figurine per 9,90 euro, che arrivano a 15 con le spese di spedizione. Una trovata che, complice il prezzo, pochi giorni dopo il lancio aveva già i primi clienti. "Il fatto di avere le proprie foto su un supporto brandizzato e fortemente riconosciuto come è Panini, da una grande soddisfazione", spiega Maurizio Campadelli, web manager della divisione New Media che ricorda come My Panini sia nato in via sperimentale nel 2001. "Allora però le foto digitali non erano così diffuse per cui la novità non riuscì a decollare". È bastato attendere il momento giusto ■



di Antonella Cardone

Macchine per la ceramica: da Fiorano la risposta alla concorrenza del Sol Levante

LB, più tecnologia per battere i cinesi

“La concorrenza cinese? La sentiamo sì, anche noi che operiamo in un settore estremamente di nicchia come può essere quello delle macchine per l'industria ceramica. Se non la tenessimo in considerazione, d'altronde, saremmo dei pazzi: vediamo che i cinesi stanno prendendo piede

soprattutto specializzandosi sui mercati dell'Estremo Oriente, lì la loro presenza è molto forte e rosicchiano agli italiani fette di mercato. La nostra strada per rispondere è però diversa da quella scelta da altri imprenditori nostrani, che hanno delocalizzato la produzione in Cina oppure nel Paese del Dragone portano avanti vari tipi di partnership con le aziende locali. La nostra strada, che si è rivelata vincente, è stata quella di rispondere con un'ulteriore accelerazione per quel che riguarda l'aspetto tecnologico della nostra produzione”.

A parlare è Erminio Guiducci, responsabile marketing della LB Officine Meccaniche di Fiorano Modenese, una delle più antiche realtà produttive del distretto – ha più di 30 anni di vita, è nata nel 1973 – che si confronta da tempo con il tema della concorrenza cinese.

E a Fiorano, nel cuore del distretto ceramico che pulsa all'ombra della Ghirlandina, è inevitabile, quando si va alla ricerca dell'eccellenza produttiva locale, che il discorso tocchi anche il tema della concorrenza del Sol Levante. Ma la Cina, ormai, non è più un Paese sconosciuto: molti dei timori che nascevano dal non conoscere prospettive e potenzialità dei concorrenti, ormai sono sopiti. Si è compreso che il nuovo attore entrato prepotentemente

sullo scenario internazionale ha tanti punti di forza, ma anche tante debolezze. E si è scoperto che anche le nostre aziende hanno le carte giuste per vincere una competizione che si fa sempre più globale. Il segreto? Puntare sulla qualità, “ma anche sui tempi. C'è anche questo problema – argomenta Guiducci – i cinesi progressivamente identificano la tecnologia di maggior successo e la copiano”.

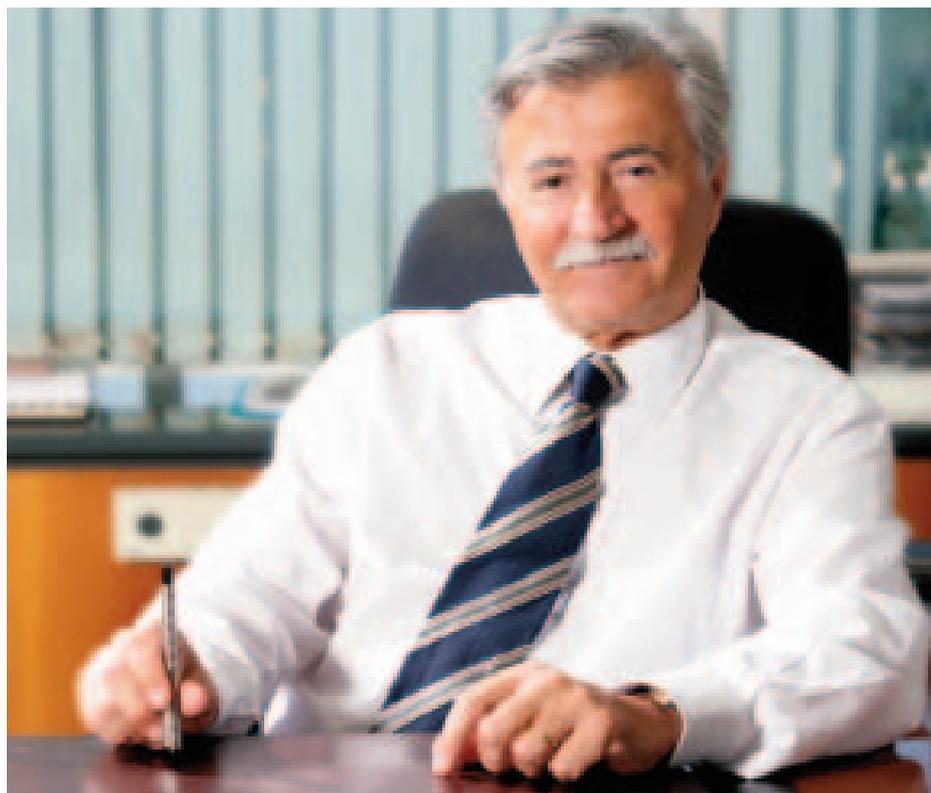
Eppure, il fenomeno che ha fatto disperare migliaia di imprenditori nostrani ed è riuscito a mettere in ginocchio interi settori della nostra economia, con il passare del tempo si è ridotto in quantità. E non tanto perché ci siano tutele legislative efficaci per la difesa del marchio: “No – sorride il responsabile marketing LB – è accaduto perché sul fronte copiatura la concorrenza era forte

anche tra le stesse aziende cinesi. Così, hanno cominciato a metterci del loro nella produzione, per distinguersi”. Piuttosto, il dato ancora poco analizzato che arriva dall'Estremo Oriente è questo: non sono le singole aziende a fare concorrenza alle nostre, ma c'è un intero sistema alternativo al nostro, che fornisce dalle materie prime alla lavorazione fino al prodotto finito. “È la filiera ideale – valuta Guiducci – per un investitore sudamericano o messicano che va lì, e trova un po' di tutto”. Ancora una volta, la carta vincente per gli italiani sta nella qualità: “Il nostro sistema, rispetto al loro, è ancora decisamente avanti dal punto di vista tecnologico e qualitativo. Fare una guerra di prezzi, comunque, sarebbe inutile, non c'è paragone tra i nostri e i loro”.

LB, che nel 2006 ha raggiunto un

“Fare meglio e fare presto: impensabile una guerra sui prezzi”

Ivano Ligabue
presidente di LB





fatturato di 40 milioni di euro, ha poi scelto un'altra strada che le permette di rimanere sempre un passo avanti rispetto alla concorrenza, italiana, europea o cinese che sia: quella delle acquisizioni. Core business dell'azienda, infatti, rimane come sempre la produzione di gres porcellanato, per la quale qui a Fiorano si detengono numerosi brevetti internazionali. Non è dunque un caso che nel corso degli anni i sistemi sviluppati da LB siano diventati strumenti essenziali per lo sviluppo tecnico ed estetico di questo materiale. In questo ambito, infatti, LB Officine Meccaniche ha toccato un altissimo livello di specializzazione, perfezionando i sistemi tradizionali e creandone sempre di nuovi. LB ha inoltre percepito la forte esigenza del mercato di apportare novità nella tecnologia della

macinazione a secco per la ceramica: grazie alla propria esperienza l'azienda fioranese è riuscita a sviluppare anche questo specifico settore. L'azienda opera, infine, nel settore dell'impiantistica per la produzione di premiscelati per l'edilizia, in cui viene riconosciuta come l'impresa italiana che ha raggiunto il più elevato livello di specializzazione nel settore.

Sono da leggere in questo senso le nuove acquisizioni dell'azienda di Fiorano, che da un lato intende consolidare l'attività tradizionale e dall'altro mira ad un nuovo sviluppo industriale e commerciale, cercando di migliorare e aggiornare continuamente le proprie competenze tecnologiche in diverse aree. Tre imprese, negli ultimi tempi, sono entrate nell'orbita di LB Officine Meccaniche (Sitec

Impianti, Castellarano Officine Tecnologiche e Tecno-Sider di Pratisollo di Scandiano), il che dimostra una volta di più che il gruppo crede nel sistema Italia e nella possibilità di continuare a fare impresa nel distretto reggiano-modenese.

Spiega infatti Ivano Ligabue, presidente di LB: "Con queste nuove acquisizioni è nata una realtà aziendale ancora più forte e competitiva, con un know how tecnologico in grado di proporre ai clienti soluzioni avanzate e personalizzate migliorando al contempo la propria capacità di servizio. Queste acquisizioni, inoltre, non sono altro che una conferma della nostra scelta di continuare ad investire nelle risorse e nelle professionalità maturate nel nostro territorio, al quale intendiamo rimanere fortemente legati" ■

OBIETTIVI

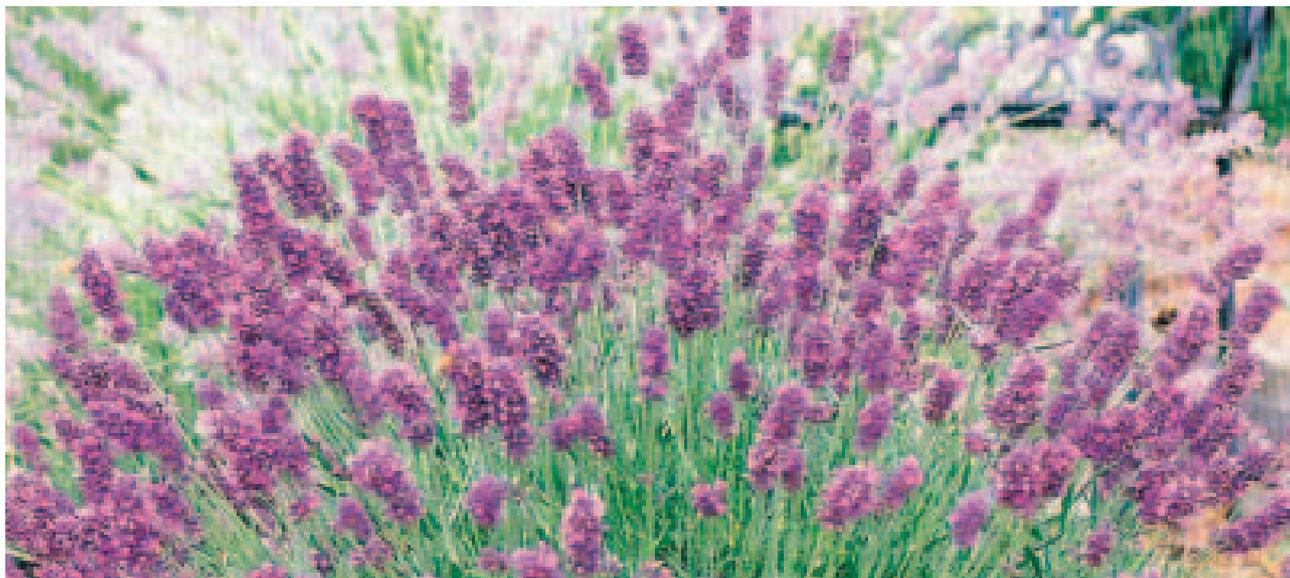
L'ottica prevalente, quella della diversificazione di business **Le acquisizioni per rimanere forti**

Il primo passo, in ordine di tempo, è stato l'acquisizione della quota di maggioranza di Tecno-Sider automazioni srl di Pratisollo di Scandiano (Reggio Emilia), azienda specializzata nella produzione di macchine ed automazioni industriali. Dinamica e con personale giovane, Tecno-Sider è attiva oltre che nel comparto ceramico, anche nell'industria alimentare, automobilistica, del vetro e del legno. Il know-how tecnologico sviluppato nel corso degli anni l'ha resa partner ideale per il conseguimento degli obiettivi di LB, permettendo anche di realizzare possibili nuovi sbocchi in altri comparti industriali. Sitec Impianti Srl di Sassuolo (Modena) e Castellarano Officine Tecnologiche S.p.A. (Reggio Emilia), sono state le altre acquisizioni da parte dell'azienda di Fiorano. Attive in diversi comparti industriali, Sitec Impianti

ed Officine Castellarano vantano tra i propri clienti nomi di eccellenza tra i produttori ceramici, i colorifici ed i produttori di premiscelati per edilizia. Nell'anno 2006 hanno fatto registrare un fatturato di circa sei milioni di euro. Sitec Impianti e Officine Castellarano rappresentano un binomio presente sul mercato da oltre 25 anni: propongono impianti completi di trattamento delle materie prime impiegate nei settori industriali della ceramica, dei laterizi, dei colorifici, dei collanti in polvere, dei premiscelati e delle vetrerie. Pur mantenendo ragioni sociali distinte, le due aziende operano da sempre in simbiosi, svolgendo l'una funzione di ufficio tecnico per la fase di progettazione e l'altra realizzando macchine ed impianti rispettando i più alti standard qualitativi.

"Le acquisizioni sono state fatte nell'ottica della diversificazione – illustra il responsabile marketing dell'azienda di Fiorano Erminio Guiducci – noi la ceramica l'abbiamo nel Dna, ma non operiamo solo in questo settore, ci siamo allargati al mondo della macinazione, e anche quello dei premiscelati per l'edilizia (intonaci, colla per piastrelle, fondi per pavimenti). Le aziende che abbiamo acquisito hanno un patrimonio tecnologico importante, preziosissimo e quindi insostituibile". Per quel che riguarda le prospettive future, l'obiettivo di LB è ora quello di proseguire con la diversificazione e "proporsi su nuovi mercati: già oggi il 70% del nostro fatturato lo realizziamo all'estero, ma per i premiscelati seppur siamo leader in Italia non ci basta: servono nuovi mercati oltre frontiera" ■

di Antonella Cardone



Dall'“addio” alla plastica, notevoli benefici per l'ambiente e il portafoglio

Benessere “alla spina” La proposta di Bluigea

L'ambizione è quella di rivoluzionare le abitudini degli italiani, allettandoli con un prodotto che rispetta la natura, viene proposto a un prezzo conveniente e ha una modalità di fruizione del tutto nuova: alla spina. La nuova linea di detergenza domestica della Bluigea, cooperativa

bolognese che raccoglie più di 60 aziende agricole e agriturismo in tutta Italia, è pensata per eliminare del tutto i contenitori di plastica. Dopo il primo acquisto, infatti, il contenitore non deve essere buttato, perché si potrà andare a riempire con nuovo prodotto attaccandolo

alla “spina” degli appositi distributori dislocati in erboristerie e supermercati della città.

Il progetto, per ora sperimentale su Bologna, presto arriverà anche a Roma, ma le aspettative di sviluppo sono notevoli. Perché la proposta della coop emiliana sembra venire incontro in tutto e per tutto alle

nuove esigenze “verdi” dei consumatori di oggi. I detersivi proposti sono completamente di origine vegetale, quindi non inquinanti perché biodegradabili al 100%. La capacità di lavaggio, assicurano da Bluigea, è ottima, e i prezzi, dimostra il listino, sono paragonabili a quelli della detergenza tradizionale (il costo, a seconda del tipo di detersivo, va da 1,40 a 2,20 euro al litro). L'idea innovativa è però quella della vendita alla spina, che, riducendo l'uso della plastica e diminuendo i costi di trasporto, consente un buon risparmio sul costo del prodotto finale. Per promuovere questa nuova iniziativa, sono già pronte a partire 300mila cartoline che raggiungeranno, quartiere per quartiere, le case dei bolognesi per informarli dell'iniziativa e dei luoghi dove il detersivo sarà messo in vendita. Bologna, come detto, è la prima città pilota coinvolta dall'iniziativa, che ha il patrocinio di Comune e Provincia. La prossima tappa della campagna informativa sul detersivo “alla spina” si svolgerà a Roma. “Prevediamo che nel primo anno di

vendita – spiega Antonio Caldi, presidente di Bluigea – almeno il 10% dei cittadini bolognesi utilizzeranno la detergenza naturale alla spina, facendo risparmiare alla città 10.500 litri di sostanze dannose, oggi scaricate nelle acque reflue, e almeno 94 tonnellate di plastica nei rifiuti urbani”.

I detersivi “alla spina” sono tutti di origine naturale e certificati da Bioagricert: il conservante e la profumazione sono oli naturali di lavanda e limone, il tensioattivo è ricavato da cocco e mais. Le materie prime per realizzare detersivi mani, corpo, piatti, vestiti, provengono dalle 60 cooperative socie di Bluigea (il cui nome, letteralmente, significa “salute blu”, dal colore fiore di lavanda più pregiato), che da tempo sono impegnate nella coltivazione, in particolare, della lavanda. “Si tratta di un tipo di coltura particolarmente adatto alla montagna, che sopravvive anche alle “visite” degli animali selvatici. È anche un tipo di agricoltura che non viene penalizzata dalla competitività dei prodotti di pianura e permette di recuperare

Sperimentale
su Bologna,
presto il progetto
sarà esteso
anche a Roma

un'antica tradizione di storia che è molto affascinante dal punto di vista turistico. Molte delle nostre cooperative socie – illustra Caldi – svolgono anche attività di agriturismo”.

È del versatile uso della lavanda che Bluigea trae il suo punto di forza: la pianta viene usata per la produzione erboristica, per quella alimentare (a sorpresa, ottima la salamoia con lavanda) e di prodotti artigianali decorativi, per la cosmesi e la detergenza. Vengono realizzati anche parafarmaci come sciroppi per la gola, colluttori, estratti per favorire sonno e relax, sciroppi per la digestione. Tutti i prodotti sfruttano le proprietà intrinseche della lavanda: antisettiche, antifungine, rilassanti, antiossidanti, conservanti e aromatiche. E non mancano, naturalmente, i prodotti vivaistici. Bluigea, che si occupa in toto della commercializzazione dei prodotti provenienti dalle aziende socie, di piante ne vende ogni anno più di mezzo milione in tutta Italia, a scelta tra sessanta varietà perennanti, sempreverdi, ornamentali. “La scelta di puntare sulla lavanda, per noi che siamo nati poco meno di due anni fa, è arrivata da diverse considerazioni – racconta Caldi – innanzitutto coltivare la lavanda vuol dire tutelare i territori marginali come possono essere quelli del nostro Appennino, perché attecchisce molto bene anche in terreni poveri o argillosi, tollera i terreni sassosi ed evita il pesante lavoro di rimozione dei sassi, e in più il terreno va arato solo ogni 15 anni perché tale durata ha la vita media della pianta”.

Altro ambito di applicazione di un derivato della lavanda è poi l'apicoltura: il miele da fiori di lavanda è particolarmente raro e pregiato, e non ha certo problemi di collocazione sul mercato. “Per l'apicoltore due sono le opportunità: usufruire degli impianti di lavanda Bluigea già in produzione, oppure impiantare lavanda nei propri terreni. Il gruppo di produttori nostri soci – argomenta Caldi – è disponibile ad accogliere apicoltori ed a offrire consulenza tecnica, materiali, lavorazioni, formazione per la realizzazione di nuovi impianti che ricordiamo

L'ANALISI

La pianta, dal versatile utilizzo nel campo della cosmesi, rappresenta anche una valida alternativa per gli agricoltori

Le potenzialità della lavanda

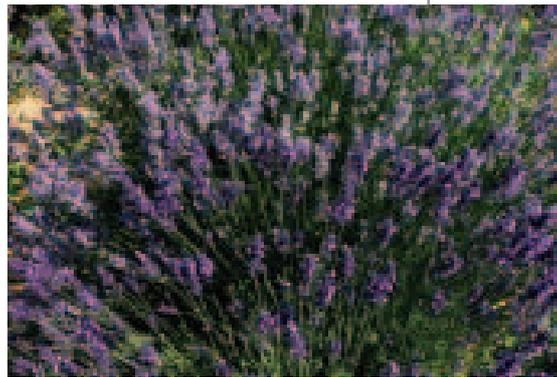
È l'agriturismo il tipo di azienda che più si può avvantaggiare dalla coltivazione della lavanda: la meccanizzazione rende facile e poco gravosa la coltura e il paesaggio tutto colorato in viola, durante la fioritura che avviene tra giugno e luglio, è particolarmente attraente per i turisti, a cui si può anche offrire la vendita di prodotti della lavanda (oli essenziali, fanghi, creme, e quant'altro) legati al benessere naturale.

Certo, non mancano i lati negativi, che, in questo caso, si chiamano infestanti. “Questo è, tra i rischi, il più temibile, per i seguenti motivi – spiegano da Bluigea, un'azienda che fa della pianta la materia prima base per la propria innovativa proposta commerciale – essendo la lavanda una pianta di lento accrescimento, le infestanti possono prendere facilmente il sopravvento e le lavorazioni sulla fila possono essere solo manuali. Se la piantagione non è ben curata, liberarla dagli infestanti può comportare un illimitato costo di manodopera, per cui la coltivazione non è più proficua”. Si può ovviare a questi rischi con una buona politica preventiva in agricoltura biologica: “Impiantando precedentemente colture che apportino azoto al terreno e lo coprano soffocando le infestanti, realizzando più false semine prima dell'impianto, seminando in primavera e non in autunno”.

Ma coltivare lavanda per un'azienda agricola è davvero conveniente? Lo diventa, spiegano da Bluigea, con un buon gioco

di squadra. In generale, infatti, le valutazioni sulla convenienza economica della coltura non sono facili, anche perché le quotazioni, sia del fiore sgranato che dell'essenza, subiscono forti oscillazioni a seconda dell'andamento delle importazioni dall'estero. Uno studio realizzato dalla facoltà di agraria di Perugia per una azienda ubicata nelle vicinanze di Gubbio indica comunque valori di produzione lorda vendibile di circa 2.500 euro annui ad ettaro. Un risultato più che interessante tenuto conto che i costi di coltivazione – compresa la manodopera necessaria alla raccolta – sono di circa 1.000 euro l'anno. Risultati economici ancora più interessanti sono comunque possibili se la vendita del prodotto, opportunamente differenziata (essenza, fiori sgranati in sacchetto, spighe per composizioni floreali, fiori per tisane) avviene direttamente in azienda o presso punti vendita al dettaglio (erboristerie). È per questo che Bluigea offre ai suoi soci una gamma vastissima di servizi: analisi del terreno gratuite e piani di fertilizzazione, formazione degli agricoltori sulle tecniche più innovative, consulenze, piantine di lavanda selezionata dal Cnr in diverse varietà a seconda delle esigenze agronomiche e commerciali, sistemi di trasformazione e commercializzazione dei prodotti derivati dalla lavanda, formazione per l'utilizzo e la presentazione dei prodotti fitocosmetici in agriturismo ■

rimangono in produzione per più di dieci anni”. La lavanda, soprattutto quella biologica, è notevolmente redditizia, prosegue il presidente di Bluigea, soprattutto perché “mettiamo a disposizione dei nostri soci tutte le conoscenze più moderne che possono permettere la totale meccanizzazione della coltivazione e, se l'azienda agricola vuole, può anche trasformare il prodotto nei suoi 400 derivati, aumentando così l'occupazione e il reddito” ■



Pubb



Informatica, patrimonio insostituibile per l'impresa

Strumenti innovativi indispensabili per restare competitivi in un mondo globalizzato

I nuovi modelli di business spingono le aziende a dotarsi sempre più di mezzi informatici, più o meno sofisticati, per rimanere competitivi nella corsa alla globalizzazione.

Dentro alla grande "rivoluzione" informatica in cui stiamo vivendo, è fondamentale per le imprese sapere gestire programmi ed applicativi che le aiutano a realizzare obiettivi di produttività e competitività, e ad orientarsi con sicurezza e

competenza nell'universo internet. Il settore Ict, composto da numerose aziende specializzate e professionali, che riescono a coniugare efficienza e flessibilità nel servizio del cliente, è uno dei più dinamici dell'economia regionale. Il fatturato complessivo supera i 500 milioni di euro. Le soluzioni specifiche messe a punto dalle imprese del settore informatico, rappresentano un valido supporto per l'economia del territorio.

Navigator, il nuovo modo di fare business

È indubbio che negli ultimi tempi il focus delle aziende si stia spostando da problematiche di tipo fiscale/gestionale ad altre più legate al valore strategico e alla profilazione dell'informazione. Gli "attori" eterogenei dell'azienda (collaboratori interni, dipendenti, clienti, fornitori, partner), producono infatti un'enorme mole di dati che, solo se trasformata in informazioni, può essere utilizzata in modo utile ed efficace. Non governare l'informazione e i suoi flussi significa non governare la complessità e, in ultima analisi, l'azienda stessa. La risposta a queste richieste del mercato è "Corporate Portal Zucchetti", una soluzione unica per la gestione di dati, contenuti e servizi via web, con funzioni avanzate di profilazione utenti, gestione documentale, CRM, e-commerce, gestione e-mail e agenda. Di una primaria azienda come Zucchetti è concessionario sul territorio regionale Navigator S.r.l., dinamica realtà che grazie alle due sedi di Reggio Emilia e Bologna, è in grado di proporre l'insieme delle soluzioni adattate alle esigenze del singolo cliente, unitamente alla proposta Zucchetti in tema di Business Intelligence.

"CORPORATE PORTAL ZUCCHETTI - dice Adriano Pinca, responsabile commerciale di Navigator - è la risposta a questo tipo di richieste. E' una soluzione web nativa, utilizzabile dai più diffusi Internet browser, compatibile con i più comuni sistemi operativi, con i più noti database ed è integrabile con qualsiasi applicazione gestionale, sia Zucchetti che non". E' un applicativo che prevede ampie possibilità di configurazione, implementazione e personalizzazione attraverso strumenti di sviluppo Zucchetti: Sitepainter Revolution, l'innovativo C.A.S.E. che consente la realizzazioni di applicazioni web

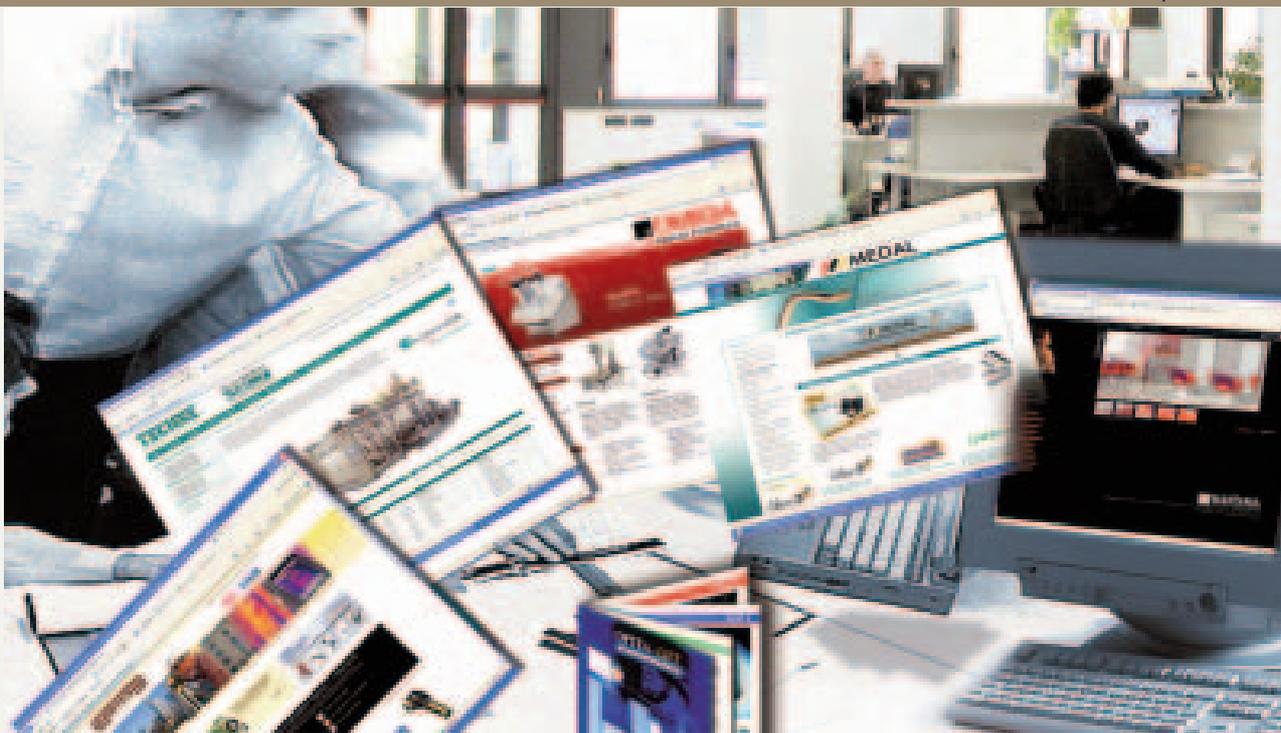
e Sitepainter Portal Studio, rivoluzionario Web-Rad per l'implementazione e la personalizzazione dell'interfaccia grafica.

AD HOC ENTERPRISE e REVOLUTION sono invece gestionali client/server rispettivamente per la Grande e Piccola/Media Azienda, completamente personalizzabili grazie allo strumento di sviluppo CODEPAINTER REVOLUTION. "Sono entrambi ERP - precisa Pinca - che permettono di gestire in modo integrato ogni area aziendale, offrendo una completa copertura funzionale nell'ambito della amministrazione, della tesoreria e del controllo di gestione e pianificazione, ed inoltre di assolvere a tutte le problematiche di magazzino sino a tutti i temi legati alla produzione". L'integrazione tra Corporate Portal e i gestionali della famiglia Ad Hoc rappresenta la migliore soluzione per la completa informatizzazione della azienda di qualsiasi dimensione grazie ad un rapporto qualità prezzo imbattibile. "Per Navigator - conclude Pinca - c'è un obiettivo fondamentale: la Qualità al Servizio del Cliente".

Attualmente il Gruppo Navigator vanta un parco di Clienti attivi di circa 250 unità, di cui quasi 200 su piattaforme gestionali AdHoc



Pubb



Informatica e comunicazione: un binomio per la competitività

L'agenzia bolognese Prima Linea ha creato una struttura dedicata: Mediatica Web

■ Esperienza, passione, trasporto emotivo e disponibilità fanno la differenza e i risultati, in termini professionali, sono evidenti". E' quanto afferma Marco Sàssoli, dello studio Prima Linea di Bologna, una struttura che, utilizzando l'informatica come scienza multidisciplinare, gestisce la comunicazione attraverso Internet per un portafoglio fidelizzato di clienti.

"Non è un'affermazione falsa o azzardata - aggiunge Sàssoli - dichiarare che ancora oggi sono molti gli imprenditori nelle pmi, che non comprendono appieno quale enorme potenzialità rappresenti la comunicazione attraverso Internet. Tutto si evolve più in fretta oggi, rispetto al passato, e i tempi del cambiamento sfuggono al titolare d'azienda che possiamo chiamare della vecchia generazione, senza per questo voler essere offensivi, anzi, con tutta l'ammirazione e il rispetto del caso".

E' questa la riflessione di un gruppo di lavoro diretto da cinquantenni che culturalmente e professionalmente fanno parte a loro volta di quella stessa vecchia generazione e si occupano dell'immagine per diverse aziende del territorio.

"Abbiamo imparato a comunicare, e quindi a fare questo mestiere, quando ancora non esistevano i personal computer. -sottolinea il titolare di Prima Linea dello studio - La matita, il rapidograf, la fotocomposizione e la stampa erano gli unici strumenti. Sono passati solo 20 anni da quando, per preparare una pagina pubblicitaria, occorrevano almeno 5-6 giorni di lavoro e mesi per mettere in piedi una strategia di marketing. Oggi, con l'avvento di Internet, la comunicazione si fa in tempo reale. Basta avere gli strumenti giusti e saperli usare. E' proprio questa la nostra forza. Avere imparato l'abc, vissuto dall'interno l'evoluzione ed appreso le basi fondamentali".

Tra azienda reale e virtuale

"Quello di Prima Linea -precisa Marco Sàssoli - è un approccio strategico a Internet che mettiamo a disposizione di pochi clienti fidelizzati, per i quali gestiamo l'azienda virtuale che comunica attraverso la grande rete. Già, perché così come esiste un'azienda che definiamo reale, oggi deve esserci per forza anche un'a-

zienda virtuale, che comunica e lavora esattamente come quella vera e come essa si attiva per fare conoscere la sua realtà, i prodotti e le qualità. E' un binomio ormai indissolubile che non può essere più ignorato, se si vogliono allargare gli orizzonti commerciali magari venendo contattati da nuovi clienti dall'estero". Queste affermazioni fotografano una situazione che si potrebbe definire tipica per la maggior parte delle piccole e medie imprese del nostro territorio, particolarmente radicate commercialmente in Italia, ma deboli e poco rappresentate fuori dal paese. "La grande potenzialità di Internet è proprio questa: rendere visibile un'azienda in tutto il mondo, 7 giorni su 7, per tutto l'anno - afferma Umberto Babini di Mediatica Web, struttura nata all'interno dello studio Prima Linea, che ha così implementato i servizi multimediali - ma serve conoscerne le regole, bilanciare in modo corretto le informazioni scrivendo testi appropriati, utilizzando un certo tipo di programmazione, verificando e favorendo l'indicizzazione nei motori di ricerca attraverso l'utilizzo di parole chiave giuste, specifiche dei prodotti o servizi venduti. Si deve conoscere il target di riferimento ed utilizzare un linguaggio appropriato. Solo così si ottengono risultati tangibili".

Molti, invece, pensano ancora che un migliaio di euro siano sufficienti per un sito Internet, o ancora, adottano la logica del fai da te.

"Ma sono scelte che non producono risultato - aggiunge Babini - Per fare dell'ottima comunicazione attraverso Internet si deve conoscere bene la realtà da rappresentare, entrare nella logica dell'azienda, recepirne gli obiettivi, capire le finalità da raggiungere, in poche parole diventare l'azienda stessa. Questo è il nostro compito - conclude il responsabile del settore web di Prima Linea e Mediatica Web, Umberto Babini- Solo così riusciamo a garantire ottimi risultati, misurabili, dal punto di vista commerciale e tangibili per visibilità, notorietà e contatti. La nostra è un'applicazione metodologica che sfrutta tutte le risorse informatiche esistenti e questo i nostri clienti lo sanno bene".

Hi Pro Group, nuove soluzioni a supporto della logistica

WAREHOUSE CONTROL

Sistema per la logistica di magazzino basato su multiplatforma tecnologica (Barcode, RFID, Voice)

Hi Pro Group sviluppa soluzioni integrate basate su Tecnologie di identificazione automatica (Auto-ID) quali Codice a Barre, RFID (Radio Frequency IDentification) e Voice, funzionanti in modalità Batch e/o Wireless, scegliendo grazie alla propria esperienza i prodotti più idonei alle specifiche esigenze del Cliente, nelle tre distinte aree di competenza: **Data Collection, Security e Work Force Automation.**

Warehouse Control è una sofisticata matrice di tecnologie complementari (**RFID, Vocale, Barcode**) per rispondere ad esigenze e problematiche delle attività di magazzino. L'obiettivo è governare i processi di gestione di una piattaforma distributiva (magazzino, centro logistico, Ce.di). Le fasi di **accettazione, versamento, movimentazione, prelevamento**, sono eseguite

con tecnologie diverse controllate da un software dipartimentale. **L'RFID** si colloca nei processi di **accettazione, stoccaggio e movimentazione**. Un terminale portatile con interfaccia RFID registra



un tag al pallet in ingresso, contenente codice prodotto e locazione di deposito. I carrelli, dotati di strumentazione RFID (antenne, controller), avvicinandosi al pallet ricevono informazioni sul posizionamento, visualizzate su un computer veicolare.

In prossimità della locazione di deposito del carico, il sistema RFID verifica che la lettura del "tag di locazione" corrisponda alla missione indicata dal sistema ed invia il risultato al terminale dell'operatore. L'RFID è fondamentale anche nella movimentazione dalle riserve alle unità di prelevamento (picking): l'abbassamento del corretto pallet prelevato dalla giusta locazione è fatto in un'unica, "guidata" transazione. Nella fase di **picking**, la lettura del Barcode di locazione e/o di prodotto può essere effettuata con terminali portatili, indossabili o da terminali basati sul riconoscimento vocale (**Voice System**) per lavorare a "mani libere". La tecnologia vocale, infine, permette di ricevere e trasmettere dati/informazioni per mezzo di input e sintesi vocale (voce e udito). La soluzione dimostra l'importanza di non considerare in competizione le diverse tecnologie Auto-ID, ma anzi, la loro perfetta **complementarietà**.

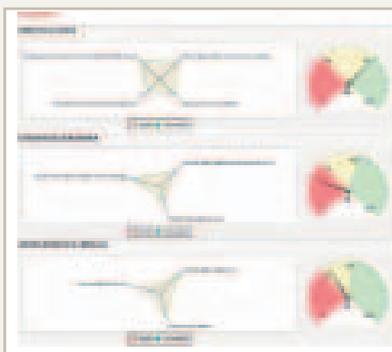


ADS, un software innovativo per definire strategie e azioni

PADS, acronimo di automated data systems Spa del gruppo Finmatica, ha realizzato, nell'ambito della convenzione con il Dipartimento di Scienze Aziendali dell'Alma Mater Studiorum Università di Bologna, un software applicativo innovativo (J-PMS) che consente alle organizzazioni private e pubbliche di definire le strategie e le azioni per attuarle.

"Il carattere innovativo del tema - spiega il dottor Marco Aldrovandi - ha richiesto il coinvolgimento congiunto dei firmatari per la ricerca di soluzioni innovative ed è stata questa un' importante occasione di collaborazione tra il mondo universitario, detentore dello specifico know how, ed una azienda privata da sempre attenta alle esigenze dei propri clienti".

L'utilizzo di J-PMS permette di far luce, attraverso indicatori specifici, sugli aspetti meno tangibili delle performance. Asset come il capitale umano, la qualità delle relazioni, il livello di fiducia, le potenzialità del network non sono misurabili con i classici strumenti di rendicontazione, ma sono parte integrante della gestione organizzativa, conoscenze indispensabili ad appannaggio della leadership e del lavoro di gruppo. "Il sistema - precisa Aldrovandi - domina e governa una pluralità di dimensioni del "capitale", la dimensione umana, sociale e organizzativa, che servono ad analizzare e sviscerare le performance di una impresa o di un Ente. J-PMS gestisce il piano strategico ed i relativi programmi disegnandolo in accordo con le



prospettive di funzionamento, organizzate per funzioni e quindi perseguibili dalla struttura".

La coerenza del sistema garantisce leggibilità e possibilità di rendicontare in funzione delle diverse specifiche prospettive finalizzate alle diverse categorie di portatori di interessi. Lo strumento per il disegno delle mappe strategiche diventa in questo modo la base per gestire e governare le strategie in quanto esplicita le azioni necessarie per realizzare la strategia e verificarne la coerenza; identifica e rende fruibili, ove tecnicamente possibile, i documenti, le informazioni e i dati già presenti nel sistema informativo; definisce quelli non

disponibili e ne consente la raccolta e la gestione mediante strumenti informatici; ingloba un sistema per permettere l'analisi multidimensionale dei dati; infine consente l'analisi e la rendicontazione dei risultati ottenuti. "Diventa quindi - conclude Aldrovandi - uno strumento per la comunicazione e il dialogo con gli stakeholder".

ADS appartiene al Gruppo Finmatica di Bologna, presente sul mercato dell'informatica dal 1969 e che impiega attualmente oltre 200 persone nelle sedi di Bologna, Catania, Milano e Catanzaro.

Per informazioni: Dott. Marco Aldrovandi

ADS automated data systems Spa, Via del Lavoro, 17 Bologna

Tel 051/6307411

e-mail: m.aldrovandi@ads.it sito: www.ads.it

Pubb

Basilea 2, anno zero: per anticipare il cambiamento

Anticipare il cambiamento. È la formula su cui stanno lavorando da tempo banche, confidi, istituzioni e imprese in vista dell'applicazione, dal 2008, degli accordi Basilea 2.

In Emilia-Romagna il sistema Confidi nei grandi comparti di attività (agricoltura, artigianato, industria, terziario e cooperazione) ha svolto – anche in virtù di un'azione sinergica tra istituzioni (Regione, Enti locali e Camere di commercio) e mondo associativo – un ruolo prezioso per le esigenze creditizie

dei piccoli imprenditori. Per far fronte alle nuove sfide, ha avviato un graduale processo di aggregazione e fusione, con positive economie di scala.

“La ricerca di un punto di equilibrio tra l'esigenza di concentrare le strutture e le ragioni del radicamento territoriale – dice Ugo Girardi, segretario generale di Unioncamere regionale – deve ispirare il percorso di sviluppo dei Confidi. Da tempo, è impegnato anche il sistema camerale che nel 2006 ha complessivamente previsto nei bilanci circa 9,3 milioni di euro per contributi ai fondi rischi o in conto interessi, pari a circa il 28 per cento delle somme programmate nell'anno per interventi promozionali”.

Quali ulteriori possibili scenari si possono aprire per il futuro? Innanzitutto, la capitalizzazione degli attuali confidi regionali attraverso differenti modalità: con i fondi erogati in passato dagli enti pubblici oppure con risorse proprie o con intervento di alcune banche. In secondo luogo, una fusione tra i

confidi regionali, per dare vita ad una nuova entità, strutturata per comparti. Ancora, la creazione di una 'banca-confidi', cui partecipano i confidi regionali più eventualmente alcune banche. Infine, la realizzazione di confidi transregionali per settore con la partecipazione di realtà affini di altre regioni.

“In ognuno di questi casi – sottolinea Elio Bagnari, presidente della Confidi Emilia-Romagna Servizi – il sistema confidi, affiancato dalle associazioni di categoria, valuterà come rapportarsi con la Regione Emilia-Romagna, le Amministrazioni provinciali e comunali, le Camere di commercio e le Fondazioni bancarie, per ottenere adeguate risorse finanziarie”.

Nella foto da sinistra, Flavio Andrighetti (Confidi Servizi), Glauco Cavassini (Artigiancredit), Ottavio Righini (Cofiter), Ugo Girardi (Unioncamere E-R), Alberto Rodeghiero (Agrifidi), Daniele Passini (Cooperfidi), Elio Bagnari (Fidindustria)



FINANZA D'IMPRESA

Publicato il decreto “Criteri di iscrizione dei Confidi”

È stato finalmente pubblicato il decreto del Ministro dell'Economia e delle Finanze del 9 novembre 2007, recante “Criteri di iscrizione dei confidi nell'elenco speciale previsto dall'art.107, comma 1, del decreto legislativo 1° settembre 1993, n. 385”.

Da molti mesi si attendeva questo testo che consente ai Confidi di evolvere verso una attività più professionale e riconosciuta di concessione delle garanzie.

Il Decreto è stato emanato ai sensi dell'articolo 155, comma 4-bis del testo unico bancario (comma aggiunto dall'articolo 13, comma 32, della legge 326/2003) – il quale prevede che: “Il Ministro dell'Economia e delle Finanze, sentita la Banca d'Italia, determina i criteri oggettivi, riferibili al volume di attività finanziaria e ai mezzi patrimoniali, in base ai quali sono individuati i confidi che sono tenuti a chiedere l'iscrizione nell'elenco speciale previsto dall'articolo 107. La Banca d'Italia stabilisce, con proprio provvedimento, gli elementi da prendere in considerazione per il calcolo del volume di attività finanziaria e dei mezzi patrimoniali. Per l'iscrizione nell'elenco speciale, i confidi devono adottare una delle forme societarie previste dall'articolo 106, comma 3”.

Il decreto stabilisce che sono tenuti a chiedere l'iscrizione nell'elenco speciale di cui all'articolo 107 del TUB i confidi che abbiano un volume di attività finanziaria pari o superiore a settantacinque milioni di euro.

Esso prevede, inoltre, che i confidi tenuti ad iscriversi debbano possedere i requisiti prudenziali (in particolare, patrimonio di vigilanza) e organizzativi stabiliti dalla Banca d'Italia tenuto conto della natura dell'attività svolta.

Fidindustria supera il limite dei 75 milioni di attività e dovrà /potrà divenire intermediario finanziario vigilato.

Naturalmente il passaggio non è per nulla scontato: la cooperativa infatti dovrà dimostrare di possedere adeguato patrimonio di vigilanza e dovrà dotarsi di capitale umano, procedure organizzative, sistemi informativi e gestionali in grado di assolvere a quanto previsto dalla normativa di vigilanza della Banca d'Italia. Infine dovranno essere adottati i principi contabili IAS/IFRS.

Un lavoro veramente impegnativo attende Fidindustria per i prossimi mesi e risultati positivi potranno essere raggiunti solo con il contributo di tutti: con la collaborazione dei confidi provinciali, con il sostegno delle associazioni imprenditoriali e del sistema camerale. Infine sarà fondamentale il confronto con la Regione Emilia-Romagna.

L'obiettivo di questa evoluzione non deve essere fine a se stesso. L'obiettivo è quello di crescere e strutturarsi adeguatamente senza perdere in flessibilità e rapidità di intervento. Inoltre ben chiaro appare il fine ultimo di un Confidi che è quello di generare il maggior vantaggio possibile per le imprese che, siamo sicuri, un confido vigilato saprà assicurare. La sfida è impegnativa, ma indubbiamente stimolante.

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

a cura di:





Notizie dall'Unione Europea

CONSULTAZIONE ON-LINE: RIDUZIONE ONERI AMMINISTRATIVI

La Commissione Europea ha lanciato un nuovo sito internet per consentire agli imprenditori di dare i propri suggerimenti su come ridurre gli oneri amministrativi con i quali devono confrontarsi. Al contempo è stato affidato a un soggetto esterno il compito di valutare i costi amministrativi derivanti dalle norme europee e la loro attuazione a livello nazionale. La Consultazione on-line rientra nel programma d'azione per la riduzione degli oneri amministrativi nell'UE lanciato nel 2007 che mira ad individuare e tagliare, del 25% entro il 2012, gli oneri amministrativi inutili.

La Consultazione on-line è stata pensata per le imprese, per ascoltare le loro preoccupazioni in merito agli oneri imposti loro dalle formalità burocratiche in generale, dalla legislazione e raccogliere contributi che aiutino l'UE a legiferare in modo più efficiente sulle questioni che li riguardano. I suggerimenti potranno essere inviati compilando l'apposito modulo on-line. Una sintesi periodica dei contributi ricevuti, con la risposta della Commissione, verrà pubblicata sul sito.
Rif.: http://ec.europa.eu/enterprise/admin-burdens-reduction/index_it.htm

DG TRASPORTI: CONSULTAZIONE ON-LINE

Il 30 ottobre la Commissione ha lanciato una consultazione on-line sull'internalizzazione dei costi esterni in materia di trasporti (degradazione delle infrastrutture, inquinamento atmosferico e acustico, emissione di gas serra, incidenti legati al traffico...), principalmente attraverso l'imposizione di tasse sulle infrastrutture in vista della preparazione di un documento di valutazione d'impatto di una misura simile. La Commissione dovrà elaborare entro giugno 2008 un modello per il calcolo dei costi esterni connessi alle infrastrutture di trasporto e analizzandone l'impatto economico, sociale e ambientale atteso della loro internalizzazione per tutti i tipi di trasporto. In questo ambito si pongono una serie di domande: possono i costi esterni essere imputati agli utilizzatori finali producendo quindi un aumento dei prezzi di trasporto? Che tipo di strumento di mercato deve essere usato per tali externalità? Quali costi

dovranno essere considerati connessi alle externalità dei trasporti (solo emissioni di CO2 o altri fattori inquinanti o anche i costi per incidenti su strada, i costi legati alla congestione)? Cosa si farà con i ricavi di queste misure di internalizzazione? La consultazione aperta dalla Commissione è finalizzata a raccogliere indicazioni da parte di tutti stakeholders, sui suddetti quesiti e ultimare il modello per il calcolo dei costi esterni.

Rif.: http://ec.europa.eu/transport/white_paper/consultations/index_en.htm

QUOTE DI EMISSIONI NEL TRASPORTO AEREO

"Il Parlamento Europeo ha approvato l'inclusione del trasporto aereo nel sistema UE di scambio di quote di emissione dei gas serra, rafforzandone le disposizioni con la richiesta di applicarlo a tutti i voli in partenza o in arrivo negli aeroporti dell'UE. È stata esclusa la possibilità di deroghe per i voli di Stato, sostenendo, però, le esenzioni per gli aerei antincendio e voli militari. I ricavi delle vendite all'asta del 25% delle quote potranno servire a ridurre le tasse sui trasporti più "puliti".

La proposta mira a proteggere, conservare e migliorare la qualità dell'ambiente riducendo gli effetti, sui cambiamenti climatici, includendo il settore aereo nel sistema comunitario di scambio di quote di emissioni. Tale estensione si è resa necessaria per evitare di annullare più di un quarto dei benefici ambientali ottenuti grazie alle riduzioni che la Comunità deve effettuare con il Protocollo di Kyoto.

Rif.: <http://www.europarl.europa.eu/news>

LO SPAZIO SCHENGEN ALLARGA LE SUE FRONTIERE

I ministri europei degli Interni hanno approvato l'ingresso nello spazio Schengen dal 21 dicembre di nove stati, membri dell'UE dal 2004: Estonia, Ungheria, Lettonia, Lituania, Polonia, Slovenia, Slovacchia, Cechia e Malta. Conseguenza più evidente dell'accordo, i controlli dei passaporti, aboliti ai confini terrestri e marittimi interni, continueranno fino a marzo negli aeroporti per i voli dai nove paesi verso i 15 che fanno già parte dell'area. Le disposizioni prevedono inoltre norme unitarie sui controlli alle frontiere esterne e una politica comune relativa ai visti.

Rif.: http://www.consilium.europa.eu/ueDocs/cms_Data/docs/pressData/en/jha/97015.pdf

Recepimento del diritto comunitario

RECEPIMENTO DIRETTIVA SUL RICONOSCIMENTO DELLE QUALIFICHE

Recentemente il Governo italiano ha approvato in via definitiva il decreto legislativo di recepimento della direttiva sulle qualifiche n. 2005/36/CE. Si tratta di un risultato importante nell'ambito delle politiche di acceleramento e miglioramento del processo di adeguamento dell'ordinamento italiano al diritto comunitario, che porta l'Italia tra i 3 Paesi UE che hanno portato a termine la trasposizione completa delle disposizioni della direttiva.

Il testo sostituisce una direttiva c.d. "di rifusione" di vari precedenti testi normativi comunitari, che disciplinavano il riconoscimento, negli Stati membri diversi da quello di origine, delle qualifiche professionali acquisite da cittadini comunitari. Il testo riguarda, in particolare, le cosiddette professioni "regolamentate", quelle cioè il cui esercizio è consentito solo a seguito dell'iscrizione in albi, registri o elenchi tenuti da amministrazioni o enti pubblici.

Rif.: <http://www.governo.it/Governo/ConsiglioMinistri/dettaglio.asp?d=36927>

Bandi comunitari e appuntamenti

"ERA-NET" ED "ERA-NET PLUS": INVITO A PRESENTARE PROPOSTE

L'obiettivo dello schema di finanziamento ERA-NET è intensificare la cooperazione e il coordinamento tra i programmi di ricerca sviluppati e gestiti a livello nazionale o regionale negli Stati Membri o nei Paesi Associati, attraverso il networking fra i programmi stessi. Il programma è finalizzato alla reciproca apertura e allo sviluppo e implementazione di attività congiunte. Nell'ambito del VII Programma Quadro lo schema ERA-NET è stato ulteriormente sviluppato e incrementato, soprattutto attraverso l'introduzione delle azioni ERA-NET Plus, con cui la Commissione incentiva l'organizzazione di bandi congiunti tra programmi di ricerca nazionali o regionali, integrando i fondi trans-nazionali congiunti con i fondi comunitari. Lo schema ha un budget indicativo di 11 milioni di euro. La



scadenza per la presentazione delle proposte è il 12 febbraio 2008.

Rif.:

http://cordis.europa.eu/fp7/dc/index.cfm?fuseaction=UserSite.CapacitiesDetailsCallPage&call_id=62

Finanziamenti alle imprese

510 MILIONI DI EURO PER LA RISTRUTTURAZIONE E LA RICONVERSIONE DEI VIGNETI

La Commissione ha approvato uno stanziamento indicativo di € 510 milioni a favore degli Stati membri produttori di vino, per la ristrutturazione e la riconversione dei vigneti durante la campagna vitivinicola 2007/2008. Il regime riguarda la riconversione varietale, il reimpianto di vigneti e il miglioramento delle tecniche di gestione, mentre non si applica al rinnovo normale dei vigneti giunti al termine del ciclo di vita naturale.

A norma del regolamento del Consiglio 1493/1999 relativo all'organizzazione comune del mercato vitivinicolo, gli Stati membri possono ottenere sovvenzioni annuali per la ristrutturazione e la riconversione di un deter-

minato numero di ettari di vigneto. La Commissione concede le sovvenzioni in base alla quota della superficie vitata comunitaria appartenente a ciascuno Stato membro e a criteri obiettivi che tengono conto di particolari situazioni ed esigenze.

Per la campagna 2007/2008 all'Italia è stata assegnata una dotazione finanziaria di € 101.107.716, per 12.279 ettari.

Rif.:

<http://europa.eu/rapid/pressReleasesAction.do?reference=IP/07/1654&format=HTML&aged=0&language=IT&guiLanguage=en>

ARCO: ADRIATICS REGIONS COUNTERGUARANTEE FUND

A partire dal 30 ottobre 2007 è attivo il Fondo di controgaranzia a favore delle Pmi delle Regioni adriatiche italiane, denominato ARCO. Il Fondo accorda controgaranzie a favore dei confidi e delle banche su garanzie e crediti di firma da questi concessi per assistere le seguenti sottostanti operazioni: finanziamenti a medio e lungo termine, operazioni di co-partecipazione al capitale di rischio di società localizzate nei paesi PAO da parte di pmi oppure da parte delle società finanziarie Simest e Finest, crediti di firma rilasciati da parte delle banche, nell'interesse delle pmi, a

garanzia di finanziamenti a medio-lungo termine concessi da banche estere localizzate nei paesi PAO e collegate a banche italiane attraverso l'appartenenza al medesimo gruppo societario. Finalità del fondo è quella di promuovere investimenti da effettuarsi da parte di Pmi con sede legale e/o operativa nelle province di Ravenna, Rimini, Ferrara, Forlì-Cesena nelle aree dei Paesi Adriatici Orientali (PAO): Croazia, Bosnia Erzegovina, Albania, Serbia, Montenegro. Possono accedere al fondo le banche e gli organismi consortili finanziatori/garanti delle seguenti iniziative ammissibili: realizzazione di investimenti produttivi finalizzati all'acquisizione, ammodernamento o potenziamento di stabilimenti produttivi; realizzazione di joint ventures tra pmi delle regioni RAI e pmi dei paesi PAO, consolidamento di debiti bancari a breve termine contratti presso il sistema bancario nonché costituzione e/o acquisizione di quote di società nei paesi PAO, la cui attività sia finalizzata allo svolgimento di attività produttive e/o commerciali basate su una forte relazione di scambi commerciali tra regioni adriatiche italiane e PAO; partecipazione di Simest e/o Finest al capitale di rischio o finanziamento delle società che attivano relazioni di scambi commerciali con i PAO.

Rif.: <http://www.arco.venetosviluppo.it/>

Unioncamere Emilia-Romagna
Via Aldo Moro 62 - 40127 BOLOGNA
Tel. 051 6377045 - Fax 051 6377050
E.mail: laura.bertella@rer.camcom.it

Eurospartello Ufficiale EIC IT 369
Camera di Commercio di Ravenna
Viale L.C. Farini 14 - 48100 RAVENNA
Tel. 0544 481443 - Fax 0544 218731
E.mail: euoinfo@ra.camcom.it

C.I.S.E.
Camera di Commercio di Forlì-Cesena
EIC RELAIS
C.so della Repubblica 5 - 47100 FORLÌ
Tel. 0543 38213 - Fax 0543 38219
E.mail: euospartello@ciseonweb.it

PROMEC Camera di Commercio di Modena
EIC RELAIS
Via Ganaceto n. 113 - 41100 Modena
tel. 059 208270 fax. 059 208520
E.mail: anna.mazzali@mo.camcom.it

Eurospartello
Camera di Commercio di Parma EIC RELAIS
Via Verdi 2 - 43100 PARMA
Tel. 0521 210241 - Fax 0521 282168
E.mail: anna.tanzi@pr.camcom.it

I.D.D. Ufficio l'Internazionalizzazione
Camera di Commercio di Reggio Emilia
EIC RELAIS
Piazza Vittoria 1 - 42100 REGGIO EMILIA
Tel. 0522 796236-796242 - Fax 0522 796300
E.mail: idd@re.camcom.it

Ufficio Internazionalizzazione delle imprese
Camera di Commercio di Rimini EIC RELAIS
Via Sigismondo, 28 - 47900 RIMINI
Tel. 0541 363735 - Fax 0541 363747
E.mail: estero@rn.camcom.it

Eurospartello
Camera di Commercio di Bologna
P.zza della Costituzione 8 - 40128 Bologna
Tel. 051 6093286 - Fax 051 6093225
E.mail: commercio.estero@bo.camcom.it

Eurospartello
Camera di Commercio di Ferrara
EIC RELAIS
Via Darsena, 79 Ferrara 44100
Tel. 0532 783813 - Fax 0532 783814
E.mail: euospartello@fe.camcom.it



Rete degli Eurospartelli delle Camere di Commercio dell'Emilia-Romagna relais EIC IT 369

Pubb

Pubb