

ECONERRE

NOVEMBRE
2009

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



Scenari

Ptr, concluso il "viaggio"
negli enti locali

postatarget
magazine
NAZ/528/2009.
Posteitaliane

Emilia-Romagna 2013

Presentati agli R2B Days di Bologna
i progetti definitivi dei dieci tecnopoli
per la ricerca industriale.

Risorse per 234 milioni, cantieri chiusi entro il 2013,
1.800 ricercatori al lavoro di cui 520 nuovi giovani.

Così l'Emilia-Romagna si prepara
a un nuovo salto di qualità per misurarsi
con le realtà più avanzate d'Europa



Innovazione

Competitività e sviluppo
con "L'arte di innovare"

Indagine

Imprese ai raggi x
La parola ai dati Istat

Export

Cina, la terra
delle opportunità

Turismo

Quasi 40 milioni
preferiscono la Riviera

Pubb

La buona innovazione comincia dall'impresa

La crisi ha bisogno di risposte d'emergenza, ma anche di una strategia di lungo periodo



* Presidente
Unioncamere Emilia-Romagna

di Andrea Zanlari*

Anche l'Emilia-Romagna sta affrontando le conseguenze della crisi dell'economia mondiale. L'impatto è stato amplificato dall'alto grado di apertura ai mercati esteri delle principali filiere produttive.

Non si sono fatti attendere i riflessi negativi sulle esportazioni e sugli investimenti, rendendo incerte le prospettive del mercato del lavoro almeno per il prossimo biennio. È questa l'urgenza su cui concentrare sforzi ed energie e rispetto a cui il Patto per attraversare la crisi promosso dalla Regione – al quale ha aderito anche Unioncamere – ha finora consentito di salvaguardare la realtà produttiva e occupazionale.

L'Emilia-Romagna nel suo complesso ha però affrontato la sfida della crisi internazionale con un patrimonio sociale ed economico più ricco rispetto alla situazione complessiva dell'Italia. È un'economia regionale caratterizzata da un'alta partecipazione al lavoro, con una competitività delle imprese elevata, che si avvale di significativi supporti da parte delle istituzioni.

Già prima dell'insorgere della crisi internazionale, le imprese emiliano-romagnole avevano realizzato percorsi di ristrutturazione nella direzione della via alta dello sviluppo. Trasformazioni dettate dalla spinta della globalizzazione dei mercati, dalla necessità di riorganizzarsi per affrontare le nuove sfide competitive. Ma anche dalla crescente consapevolezza della valenza strategica della società della conoscenza e del capitale umano.

Nonostante i positivi risultati raggiunti con tali iniziative, l'impatto della crisi sul versante occupazionale ha determinato un'inversione di tendenza rispetto alla fase espansiva della domanda di lavoro che si ripercuote anche sulla consistenza e sul livello dei fabbisogni di profili professionali richiesti dalle imprese, impegnate a

dare risposta alle esigenze di innovazione e riqualificazione delle produzioni.

La crisi oggi ha bisogno di risposte di due livelli: di breve e medio lungo periodo. Innanzitutto occorre continuare a cercare di far fronte alle conseguenze sull'economia reale, con imprese in difficoltà e famiglie impoverite. L'obiettivo è di attutire il più possibile impatti che potrebbero avere effetti ancor più dirompenti sul sistema produttivo e quindi sulla comunità. Tuttavia, sulla base della consapevolezza che questa crisi può rappresentare l'occasione per rinnovare i metodi, ritrovare una sana efficienza, ricostruire un serio e robusto sviluppo economico, fatto di numeri e prospettive, sul quale basare una più equa distribuzione della ricchezza, ecco che allora essa diventa uno stimolo per riflettere sui nostri modelli di sviluppo.

Superata la crisi, si può pensare a una impostazione in cui rimane centrale il ruolo di fattori classici di produzione, come il capitale e il lavoro. Tuttavia vanno evidenziati quegli elementi meno visibili come una migliore organizzazione del lavoro, il ricorso alla formazione continua, il sostegno alle attività imprenditoriali con infrastrutture che funzionano, una maggiore diffusione di reti e strumenti informatici, solo per citarne alcuni, dal cui effetto combinato dipende la crescita. Soprattutto, è necessario che l'innovazione tecnologica individui soluzioni più efficaci ed efficienti, trovando sbocchi concreti con applicazioni economicamente rilevanti, di pratica immediatezza per le imprese. In questa prospettiva va il progetto della Rete per l'Alta tecnologia, una vera e propria impresa per la ricerca industriale, messa in campo dalla Regione Emilia-Romagna. La strategia dei "tecnopoli", di cui sono stati presentati i progetti definitivi, può permettere un vero salto di qualità nella nuova economia e, nello stesso tempo, costruire un'impresa della ricerca in grado di valorizzare i ricercatori che sono il grande patrimonio di una società della conoscenza ■

La strategia dei "tecnopoli" può permettere un vero e proprio salto di qualità

Pubb



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

Anno XV - n. 11
Novembre 2009
Fuori commercio

Direttore responsabile
Andrea Zanlari

Coordinamento editoriale
Roberto Franchini (vicedirettore)
Ugo Girardi
Morena Diazi

Coordinamento redazionale
Contesto Comunicazione 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
e.mail: staff@rer.camcom.it

Foto Meridiana Immagini
Paolo Righi, Andrea Samaritani
e Elisa Pozzo

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

Concessionario per la pubblicità
Franco Pavoncelli
via Rosaspina n. 5
40129 Bologna
Tel. 051-359933
e-mail: francopavoncelli@tin.it

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

Autorizzazione
del Tribunale di Bologna
n° 6285 del 27 aprile 1994

In copertina
foto Meridiana Immagini

SOMMARIO

1 EDITORIALE

La buona innovazione
comincia dall'impresa

DI ANDREA ZANLARI

4 IN BREVE

6 PRIMO PIANO

Tecnopoli, la ricerca
si fa impresa

DI THOMAS FOSCHINI

8 In vetrina a R2B Days i "corrieri" della ricerca

DI ALBERTO ANDERLINI

10 Imprese innovative a caccia di investitori

DI ALBERTO ANDERLINI

12 INNOVAZIONE

Competitività e sviluppo
con "L'arte di innovare"

DI GIUSEPPE SANGIORGI

14 SCENARI

Ptr, concluso il "viaggio"
negli enti locali

DI NATASCIA RONCHETTI

18 TURISMO

Quasi 40 milioni
preferiscono la Riviera

DI NATASCIA RONCHETTI

23 FOCUS PIACENZA

Anche a Piacenza è crisi
Ma meno che altrove

DI GIUSEPPE SANGIORGI

26 Una Coppa d'Oro in diretta nazionale

DI GIUSEPPE SANGIORGI

27 AMBIENTE

Gas frigoriferi
"Peggior della CO2"

DI ROBERTO CALVI

28 INDAGINE

Imprese ai raggi x
La parola ai dati Istat

DI GIOVANNA CHIARINI

QUADERNI&DOCUMENTI

I numeri
dell'economia sociale

31 EXPORT

Cina, la terra
delle opportunità

DI ANTONELLA CARDONE

34 Australia, nuova frontiera per il Made in Italy

DI GIUSEPPE SANGIORGI

37 TERRITORIO

Piani di valorizzazione
Cercasi investitori

DI GIOVANNA CHIARINI

38 COMMERCIO

Vendite in picchiata
Ma non all'outlet

DI SILVIA SARACINO

41 RAPPORTO

Pmi in affanno
Si naviga a vista

DI ENRICO VINCENZI

45 SETTORI

Protagonista a Modena
l'edilizia "intelligente"

DI MARCO CASAMENTI

45 CULTURA

Bologna rende omaggio
al padre del wireless

DI ANTONELLA CARDONE

48 AZIENDE

Macchine per la pasta
Il boom di Fava

DI GIORGIA MAZZOTTI

50 Artigiani della parola La parabola di Studio Tre

DI GIACOMO QUADRI

53 SPECIALE ENERGIA

INSERTO PUBBLICEDAZIONALE

59 FLASH EUROPA



■ Upi e Apindustria

A Parma fusione dal 1 gennaio

Prende il via a Parma una nuova intesa tra grandi, medie e piccole aziende del sistema manifatturiero locale. Dopo l'approvazione delle rispettive assemblee straordinarie, sarà operativa dal 1 gennaio 2010 la fusione tra l'Unione Parmense Industriali (Upi) e Apindustria Parma, che adotta lo statuto di Confindustria. Il nuovo soggetto punta a diventare un laboratorio capace di suscitare aggregazioni e reti di imprese. L'accordo vuole garantire alle imprese un più forte supporto di informazioni, consulenze, e servizi. La rinnovata Unione Parmense Industriali darà voce a circa mille imprese, in cui operano 42mila dipendenti. Nelle prossime settimane saranno organizzati incontri per far conoscere e favorire le forme di aggregazione. È previsto anche il rinnovo di tutte le Consulte di settore, poi, a giugno 2010 l'assemblea generale eleggerà il nuovo presidente.

Le iniziative della Camera di Modena Nuova immagine e funzionalità su internet

Da un'iniziativa di Promec, azienda speciale per l'internazionalizzazione della Camera di commercio di Modena, è nato un nuovo sito www.modenaitaliancom.it, all'interno del portale www.expomo.com,

che consente alle imprese modenesi l'uso del web per sviluppare attività di commercio elettronico e ampliare la propria rete di rapporti commerciali. All'interno del sito, una banca dati permette di elaborare elenchi di imprese sulla base di diversi criteri di ricerca e di collegarsi poi alla singola pagina web di cui ogni azienda può disporre.

La novità si affianca al recente restyling del sito della Camera di commercio (www.mo.camcom.it) che con una grafica completamente rinnovata, vuole consentire un accesso più agevole e rapido alle informazioni e ai servizi, migliorando la reperibilità delle informazioni e l'accessibilità dei contenuti. Oltre a tutte le informazioni sulle attività e sui servizi camerali, il nuovo sito comprende una sezione "Fare Impresa" in cui è possibile reperire notizie di interesse circa gli adempimenti presso la Camera per chi svolge attività imprenditoriali, attraverso una serie di risposte alle domande più frequenti poste dagli utenti. Il progetto comprende anche l'invio di una "newsletter" settimanale agli utenti interessati.

Premio Cento alla stampa locale Econerre al primo posto

Per il secondo anno consecutivo, la nostra rivista "Econerre", edita da Unioncamere e Regione Emilia-Romagna, ha vinto al Premio Cento alla stampa locale. Migliorando il secondo posto del 2008, "Econerre" ha ottenuto il primo premio nella sezione "house organ".

Patrocinato dall'Ordine dei Giornalisti, il Premio Cento, alla undicesima edizione, è conferito alle pubblicazioni periodiche istituzionali a diffusione gratuita più significative, editate da enti pubblici locali o da realtà private ma con forte valenza pubblica. La cerimonia di consegna del premio è avvenuta a Milano nel corso del Com-Pa, il salone della Comunicazione Pubblica.



■ PIACENZA
JOBS
ACQUISTA
SACHMAN

Jobs spa di Piacenza, leader mondiale nel settore delle macchine utensili, ha sottoscritto un preliminare di acquisto per Sachman, ramo d'azienda di Sachman Rambaudi spa, dichiarata fallita lo scorso ottobre. Con l'acquisizione dell'azienda reggiana, che nel 2008 ha registrato un fatturato di circa 22 milioni di euro, Jobs dà vita a

un gruppo con gamme di prodotti per i settori energia, aeronautica, auto, meccanica. Jobs, che realizza centri di fresatura ad alte prestazioni, presenta un fatturato 2008 di 54 milioni di euro.

■ REGGIO
ANTICHI
PELLETTIERI
COMPRA CMC

Tramite la conversione in capitale di crediti per circa 7 milioni di euro, Antichi Pellettieri ha acquistato Cmc srl, proprietaria sia del marchio

Mario Cerutti che di una partecipazione pari al 27% in Enrico Mandelli spa. Con l'operazione, Antichi Pellettieri porta avanti la strategia di focalizzazione sulle attività della divisione calzature insieme a borse e accessori. Le collezioni di calzature Mario Cerutti, che presenta un fatturato di 9,5 milioni di euro grazie all'export, diventano così di proprietà del gruppo.



■ PARMA
CHIESI
LEADER
IN R&S

Il Gruppo Chiesi di Parma è al primo posto tra gli investitori italiani in Ricerca e Sviluppo del comparto farmaceutico, all'ottavo nella classifica dei maggiori gruppi nazionali di ogni settore, al tredicesimo tra le multinazionali farmaceutiche in Europa. Lo testimonia il "Quadro di valutazione 2009 degli investimenti industriali europei in Ricerca & Sviluppo" elaborato dal

Joint Research Centre della Commissione Europea. Con 23 consociate a livello mondiale e una presenza in 50 Paesi, il Gruppo, con un investimento di 107,8 milioni (più 16,7% sul 2007), segue alcune tra le mag-



Alta tecnologia La Regione in missione in Giappone

La Regione Emilia-Romagna, in collaborazione con l'Ice e le Regioni Lazio, Lombardia e Piemonte, ha partecipato alla realizzazione di un progetto interregionale di valorizzazione delle eccellenze tecnologiche della filiera della mobilità, motoristica e subfornitura in Giappone, partner internazionale di riferimento per approfondire processi ed esperienze. L'evento è stato organizzato all'interno del Museo della Scienza e dell'Innovazione di Tokyo.

Nell'ambito dell'iniziativa è stata allestita anche una mostra di prodotti innovativi ad alto contenuto tecnologico a cui hanno contribuito 16 aziende emiliano-romagnole. La Regione ha direttamente organizzato due seminari tematici sui settori mecatronica e componentistica auto, mentre cinque imprese regionali hanno potuto incontrare controparti giapponesi per esplorare nuove opportunità di business.



Da Rimini a Modena, nuovi marchi Dop e Igp Riconoscimenti comunitari per tre prodotti tipici locali

Importante traguardo per il Formaggio di Fossa di Sogliano al Rubicone, il Riso del Delta del Po e l'Amarena Brusca di Modena. Il Fossa ha ottenuto la "Denominazione di origine protetta". Un successo per il Consorzio Tutela del Formaggio e del nuovo Consorzio Produttori Formaggi Stagionati (Co.Pro.Fo.S.), costituito dai sette principali attori della filiera casearia del territorio romagnolo e marchigiano. L'attribuzione del marchio "Indicazioni geografiche protetta" al Riso del Delta del Po, prodotto in alcuni Comuni delle Province di Ferrara e di Rovigo, premia l'impegno dei produttori che con il sostegno degli Enti locali hanno dato vita a un'associazione per la valorizzazione del cereale. La reputazione e notorietà dell'Amarena Brusca, ora Igp, vanta invece una tradizione plurisecolare, testimoniata da una vasta bibliografia che attesta l'esistenza tra le province di Modena e Bologna di un importante distretto produttivo.

Rimini Emirati e Oman Operatori in visita

In occasione della cinquantanovesima edizione della manifestazione fieristica Sia Guest - Salone Internazionale dell'Accoglienza, la Camera di commercio di Rimini, in collaborazione con l'Istituto nazionale per il commercio estero (Ice), ha ospitato una delegazione di operatori provenienti da Emirati Arabi e Oman attivi nei settori forniture alberghiere, arredamento per interno ed esterno, interior design, contract, benessere, investimenti e trasferimento di know-how. I tredici stranieri hanno incontrato più di 80 aziende italiane sviluppando oltre 400 business meeting. Il progetto Abitare Italia, rivolto ai Paesi dell'area del Golfo con la collaborazione di numerosi partner (tra cui le Camere di Ravenna, Bologna e Forlì-Cesena) ha promosso il Made in Italy in un mercato in forte espansione a livello mondiale, soprattutto nel settore delle costruzioni.



giori imprese nazionali (Fiat, Finmeccanica, Telecom Italia, Pirelli) mentre nel settore farmaceutico si colloca alle spalle di grandi gruppi quali Sanofi-Aventis, GlaxoSmithKline, Astrazeneca, Boehringer Ingelheim.

RAVENNA NAPA UNISCE I PORTI DEL NORD ADRIATICO

I porti di Ravenna, Venezia, Trieste e Koper (Capodistria), hanno costituito l'associazione volontaria "Napa - North Adriatic Port Association". La nuova unione ha una durata di 20 anni e la sede presso il Porto di Trieste. Così alleati, i porti rappresentano un volume di traffico di 132 milioni di tonnellate posizionandosi nel ranking europeo dei porti subito



dopo Amburgo. Un passo strategico, con l'obiettivo di migliorare il potenziale commerciale, l'efficienza del sistema portuale e le infrastrutture collegate.

RIMINI QUATTROMILA VETRINE PER DEL CONCA

Accordi mirati in un settore, quello dell'edilizia, che si va ridisegnando all'insegna della qualità e non della quantità: è la via d'uscita dalla crisi secondo Del Conca. Il gruppo, ai vertici del settore piastrelle in ceramica (fatturato 2008 145 milioni), ha siglato l'intesa con Saint-Gobain - leader nei prodotti per l'edilizia e tra i primi cento gruppi industriali al

mondo - per distribuire le linee dei suoi tre marchi (Del Conca, Pastorelli e Faetano) nei 4mila punti vendita Saint-Gobain.



Presentati i progetti definitivi. A R2B Days la firma dell'Accordo tra Regione, atenei ed enti

Tecnopoli, la ricerca si fa impresa

Dove sarà l'Italia tra 5 anni? Sarà in grado di raggiungere la vetta d'Europa, e cioè quei Paesi che investono ogni anno miliardi di euro in ricerca industriale – ricavandone i relativi vantaggi in termini di quantità e qualità dello sviluppo – o sarà condannata a un lento e inesorabile processo di “deindustrializzazione”? E la società, l'ambiente, continueranno ad essere un accessorio, un lusso rispetto alla “pura” crescita del Pil o si farà finalmente strada, anche nel nostro Paese, l'idea secondo la quale “l'economia, l'ambiente e la società sono parte di

una realtà con l'Accordo siglato proprio in occasione degli R2B Days tra la Regione – rappresentata dal presidente Errani e dall'assessore alle Attività produttive Duccio Campagnoli – le università di Bologna, Ferrara, Modena-Reggio, Parma, il Politecnico e la Cattolica di Milano (sede di Piacenza), gli Istituti Ortopedici Rizzoli, l'Enea e il Cnr. “Non si tratta di annunci ma di fatti concreti – ha osservato Campagnoli – con rilevanti risorse impegnate da parte della Regione”. L'ente di Viale Aldo Moro destinerà infatti all'“operazione tecnopoli” ben 130 milioni di euro, provenienti in parte dai Fondi europei per lo sviluppo regionale, in parte da risorse dirette. Altri 90 milioni verranno dagli atenei, 14 dagli enti locali coinvolti, anch'essi firmatari dell'Accordo.

meccanica e nuovi materiali, agroindustria, costruzioni, scienze della vita, energia e ambiente, Ict, design & multimedia.

I dieci tecnopoli sorgeranno in aree già identificate ed espressamente dedicate alla ricerca industriale in tutte le principali città della regione, sfruttando le potenzialità di campus scientifici e universitari – come a Parma e Modena – o riqualificando importanti aree e siti industriali (questo il caso di Bologna, Ravenna, Faenza, Forlì e Cesena, Rimini, Spilamberto, Vignola, Reggio Emilia, Piacenza). In tutto 160mila metri quadrati di strutture dove troveranno posto laboratori di ricerca e centri per l'innovazione, e soprattutto – ha sottolineato il presidente Errani – 1.800 ricercatori, “di cui 520 nuovi giovani assunti con contratti almeno triennali, il che significa metterli in condizioni di progettarsi un proprio futuro dentro una piattaforma che diventa impresa”.

Un'operazione, insomma, “a copertura totale”, che trova nella trasversalità delle piattaforme – ma anche nel radicamento territoriale delle diverse filiere produttive – il proprio punto di forza. “Abbiamo scelto la

In campo risorse per 234 milioni, A regime, occupati 1.800 ricercatori, di cui 520 giovani

un'unica politica?”. Con queste domande Vasco Errani, presidente della Regione Emilia-Romagna, ha aperto gli R2B Days, il salone internazionale dell'innovazione e della ricerca industriale che ha animato il Fiera District di Bologna dall'11 al 13 novembre scorso.

Dieci tecnopoli, 46 laboratori, 7 centri per l'innovazione. Questa la risposta dell'Emilia-Romagna, che diventa

Nella foto in alto, un momento del convegno di apertura degli R2B Days

GLI OBIETTIVI

Tre anni a partire da oggi

Cantieri chiusi entro 2013. Questa l'agenda fissata dalla Regione Emilia-Romagna per la realizzazione dei tecnopoli. E ci sono alcune realtà in cui i laboratori sono già all'opera, come l'Istituto Ortopedico Rizzoli di Bologna, che ha da poco inaugurato i nuovi laboratori di ricerca. A Bologna il tecnopolo si occuperà in particolare di ambiente, nanotecnologie, medicina rigenerativa, e automazione (tra i partner anche l'Enea e l'ateneo), oltre a ospitare il coordinamento della Rete realizzato da Aster. A Modena i ricercatori saranno

al lavoro soprattutto sui nuovi materiali, a Reggio su eco-building e agroalimentare, mentre Parma porterà avanti progetti di farmaceutica e radio frequency identification e Piacenza studi sull'energia. Passando alla Romagna, Faenza si concentrerà sui nuovi materiali, Ferrara su biotecnologie, vibroacustica e restauro dei beni culturali e Ravenna su nautica e restauro architettonico. Infine Rimini, con un polo su tecnologie verdi e per la moda, e Forlì-Cesena, dove si studieranno avionica, agroalimentare e infomobilità ■



strada più difficile – ha commentato Errani siglando l'accordo – per permettere all'Emilia-Romagna di fare un salto di qualità, ricollocandola a livello europeo e nella nuova rete globale". Un salto di qualità, hanno spiegato Errani e Campagnoli, assolutamente necessario, nonostante i grandi risultati raggiunti in questi anni grazie al primo Programma Regionale per la Ricerca Industriale e l'Innovazione (2000-2007) e alla fase iniziale del secondo Prriitt (2007-2013). Qualche dato: grazie ai Programmi, le imprese emiliano-romagnole hanno realizzato 777 progetti di R&S (248 solo nell'ultimo anno). Ben 190 i brevetti depositati, che collocano l'Emilia-Romagna al vertice nazionale in questo importantissimo indicatore dello stato di salute dell'economia regionale e delle relative potenzialità di sviluppo. Quindi, 1.203 giovani laureati assunti per le attività di R&S in impresa, 840 contratti di ricerca con le università. Un totale di 230 realtà coinvolte, tra imprese ed enti di ricerca, per 22 milioni di euro di fatturato sviluppato con le imprese a fronte di 481 contratti.

Insomma, i risultati ci sono. Ma serve un ulteriore salto di qualità, hanno sottolineato Errani e Campagnoli, per trasformare i distretti produttivi regionali in veri e propri "distretti tecnologici", puntando sui settori a più elevato contenuto di tecnologia. Da qui il ruolo fondamentale delle università regionali, che contribuendo al progetto – come hanno dimostrato gli interventi dei Rettori degli



atenei che hanno sottoscritto l'Accordo – si preparano a ricoprire un nuovo ruolo nell'ottica di avvicinare ricerca e impresa, per fare della stessa ricerca un'impresa, senza nulla togliere alla ricerca pura e di alto livello che continua ad essere il cuore della mission accademica e rispetto alla quale l'Emilia-Romagna occupa già posizioni d'eccellenza.

Costruire un legame sempre più stretto con il mondo produttivo e con le sue reali esigenze è del resto tra gli obiettivi principali che hanno portato alla "fase due" del Prriitt e alla stessa idea di costituire i tecnopoli: i laboratori di ricerca, infatti, nella nuova configurazione della Rete, per poter operare dovranno essere "accreditati" dalla Regione, cioè dimostrare la propria attività di collaborazione con le imprese. Gli stessi tecnopoli saranno attrezzati dal punto di vista delle strutture e delle dotazioni scientifiche in modo da essere utilizzabili direttamente anche dalle imprese. "Vogliamo che i nostri distretti pro-

duuttivi – ha sottolineato Campagnoli – diventino veri e propri distretti tecnologici e che, insieme alle imprese, vi siano le nuove imprese rappresentate dai laboratori di ricerca".

Dalla manifattura al "manufuture", insomma, con la possibilità, per l'industria emiliano-romagnola, di ristrutturarsi puntando sui settori a più alto tasso di innovazione, dalla mecatronica all'eco-industria, dalla medicina rigenerativa alla bio-informatica, dalla genomica all'eco-edilizia, quindi bioingegneria, micro-nanotecnologie, Ict e digitale, eco-energia. "Con la firma di questa Convenzione – ha commentato Campagnoli – avviamo formalmente la costituzione di questa Rete, che si pone come punto di riferimento per un ulteriore sviluppo dei programmi di ricerca delle imprese. Una Rete che a sua volta diventa una grande impresa della ricerca, in grado di porsi come interlocutore credibile e di alto livello di fronte ai programmi di ricerca europei e internazionali" ■

IL PROGETTO

Due le sedi, l'area Cnr e l'ex Manifattura Tabacchi A Bologna il grande "hub" della Rete

Tra convegni per valorizzare la ricerca e forum con investitori stranieri, agli R2B Days un posto d'onore è stato riservato alla presentazione del progetto del tecnopolo di Bologna, uno dei nodi della Rete regionale per l'Alta tecnologia e a sua volta "hub" dell'intera Rete, nella sua nuova configurazione. Due le sedi: l'area della ex Manifattura Tabacchi, con i suoi 100mila metri quadrati, ospiterà, tra gli altri, i laboratori dell'Università di Bologna, dell'Istituto Ortopedico Rizzoli e dell'Enea, oltre alla sede di Aster, e fungerà da "hub", ovvero da centro di coordinamento di tutta la rete. Saranno nel complesso 459 le persone occupate a tempo parziale e 191 i giovani ricercatori impiegati in 17 laboratori. L'altra sarà l'area di lavoro del Consorzio nazionale delle ricerche (Cnr) con un'estensione di 5.500 metri quadrati per ospitare due

laboratori dedicati alle piattaforme "Meccanica materiali" e "Energia ambiente".

Complessivamente saranno 77 le persone a tempo parziale e 37 i giovani ricercatori.

Il tecnopolo di Bologna, oltre alle attività di ricerca e sviluppo tecnologico, si caratterizzerà per un'offerta di servizi per l'innovazione alle imprese, agli enti e alle società di ricerca del territorio. Con particolare attenzione al supporto delle dinamiche di interazione tra imprese e laboratori: dai servizi per il trasferimento tecnologico al supporto alla creazione di impresa, fino a servizi avanzati per imprese già presenti sul territorio. E ancora, opererà in funzione di accoglienza e indirizzo per tutte le realtà coinvolte, nonché di sostegno all'attivazione di collaborazioni e commesse, attraverso il "portale del tecnopolo" ■



Foto Galia Levi

di Alberto Anderlini



Foto: Gaia Levi

Laboratori e centri per l'innovazione regionali protagonisti al Fiera District

In vetrina agli R2B Days i "corrieri" della ricerca

Un ruolo da protagonisti, agli R2B Days, per i laboratori di ricerca e i centri per l'innovazione emiliano-romagnoli. Un'area espositiva dedicata, di 1.000 mq, dove le strutture hanno presentato la propria attività nell'ambito di sei piattaforme tecnologiche di riferimento: meccanica e nuovi materiali, Ict

e design, agroalimentare, costruzioni, scienze della vita, energia e ambiente.

Protagonista tra i protagonisti, a spiccare tra i centri per la meccanica avanzata è Intermech. Si tratta del maggior polo di aggregazione di competenze del settore,

che offre progettazione e sviluppo di nuovi prodotti e processi industriali. Nasce dall'unione di quattro laboratori regionali che mettono a loro volta al lavoro diversi centri universitari: Lav a Ferrara (Laboratorio metodi di acustica e vibrazione), Mectron a Reggio Emilia (Laboratorio di meccatronica), Simech (Labo-

torio di simulazione e progettazione integrata) e Sup&erman (Laboratorio superfici e ricoprimenti per la meccanica avanzata e la nano meccanica) a Modena, oltre a due centri che garantiscono il trasferimento alle imprese delle competenze e delle tecnologie presenti nei laboratori, Democenter-Sipe, attraverso il proprio centro specializzato Cittamec, e Reggio Emilia Innovazione. Sono 158 in tutto i ricercatori al lavoro per Intermech, di cui 63 a tempo pieno, con competenze che spaziano, tra le altre cose, dall'analisi termo-strutturale dei componenti del veicolo alla conoscenza delle proprietà meccaniche di superfici.

Altro caso d'eccezione è quello di Lepida spa, che appartiene alla piattaforma Ict e design. È lo strumento operativo, della Regione Emilia-Romagna, per pianificare, sviluppare e gestire le infrastrutture di telecomunicazione degli Enti collegati alla rete Lepida. Lepida agisce nell'ambito della community network dell'Emilia-Romagna, sia sulla dimensione tecnologica per realizzare e ottimizzare il sistema infrastrutturale, che sullo

sviluppo di servizi innovativi. La società produce idee di innovazione per la Pubblica amministrazione, creando opportunità per il mercato Ict verso la Pa e operando come partner facilitatore per l'innovazione. Molteplici i servizi offerti in questo senso, tra cui DatacenterER, soluzioni tecnologiche per le piccole e medie imprese o FedEra, che permette agli utenti di accedere ai servizi online erogati dagli Enti della Regione Emilia-Romagna mediante un sistema di autenticazione "federata".

Fornire un supporto all'industria agroalimentare che opera negli ambiti della produzione e del confezionamento è invece il compito di Siteia, laboratorio specializzato nello sviluppo di nuovi prodotti e processi per la selezione di materie prime, per la progettazione di macchine e impianti, per la produzione e confezionamento di alimenti. Siteia nasce dall'aggregazione delle competenze tecnico scientifiche e delle dotazioni strumentali di tre laboratori regionali: Siquil (Laboratorio per la sicurezza e la qualità degli alimenti), Tecal (Tecnologie e impianti per l'industria

Soluzioni
all'avanguardia
al servizio
dell'industria
emiliano-romagnola

alimentare), Cerealab (Laboratorio biotecnologie non Ogm per l'industria sementiera), e del centro per l'innovazione Siquilaca (Centro per l'innovazione, sicurezza e qualità nell'industria lattiero-casearia), operanti nei settori della trasformazione alimentare e del "meccanoalimentare". I 158 ricercatori, di cui 54 a tempo pieno, lavorano con l'obiettivo di identificare contaminanti, allergeni, composti indesiderati dovuti ai trattamenti industriali e ai metodi di cottura, quantificazione e monitoraggio dei composti di interesse nutrizionale in rapporto con la salute dei consumatori, ma anche caratterizzazione della qualità e dell'autenticità dei prodotti alimentari. Alcuni colossi del settore, come Barilla, Plasmon, Granarolo, i Consorzi del Parmigiano Reggiano, del Prosciutto di Parma e del Culatello di Zibello, ricorrono già da tempo ai servizi di Siteia.

Si passa dall'alimentare alle costruzioni con il Centro Ceramic, un laboratorio di ricerca applicata sui materiali ceramici, costituito nel 1976 e gestito da un Consorzio universitario. I campi di ricerca coprono l'intero ciclo di vita dei materiali ceramici: dalle materie prime alle prestazioni in esercizio, dalle tecniche di fabbricazione agli aspetti ambientali ed energetici, dalle carat-

teristiche dei prodotti (studiate anche in prospettiva di supporto alla normazione) allo sviluppo e sperimentazione di tecniche innovative di fabbricazione. I primi frutti della ricerca operata dai 27 ricercatori del Centro, di cui sei a tempo pieno, sono stati un brevetto Ptc e un prototipo di minimodulo fotovoltaico realizzato su piastrina (per Panariagroup Industrie Ceramiche spa), ricerca che ha rappresentato la premessa per l'ottenimento di un finanziamento nazionale nell'ambito del Programma "Industria 2015: Efficienza energetica". Inoltre la progettazione di nuovi impasti per piastrelle in grès porcellanato è valsa il brevetto per l'invenzione industriale "Metodo per la realizzazione di prodotti ceramici comprendenti materiale riciclato".

Trasferire i risultati della più innovativa ricerca scientifica verso una medicina personalizzata e sviluppare soluzioni per una sempre migliore qualità della vita, è la missione di BioPharmaNet. Il laboratorio, che opera nella piattaforma scienze della vita, riunisce sotto di sé tutta l'attività di ricerca e innovazione che viene effettuata in Emilia-Romagna nel campo delle scienze della vita e della salute. Sono 111 i ricercatori, di cui 43 a tempo pieno, che nella rete dei laboratori BioPharmaNet

mettono a disposizione le loro competenze per attività che vanno dalla ricerca genomica e post-genomica allo sviluppo di terapie avanzate nel campo della medicina rigenerativa attraverso l'uso di cellule staminali, al centro di progetti per la loro proliferazione, differenziazione e conservazione.

Infine Enviren, caso esemplare della piattaforma energia e ambiente. L'attività del laboratorio consiste nel monitorare l'ambiente per mezzo della tecnologia. Ma non solo, anche sviluppare metodi, modelli e strumenti per la gestione della risorsa idrica, per il controllo della qualità dell'aria e per la pianificazione del territorio; quindi sviluppare tecnologie e tecniche per la prevenzione, riduzione e trattamento dei rifiuti e per la valorizzazione energetica. Nato dall'aggregazione delle competenze scientifiche, tecnologiche e strumentali presenti nei laboratori Laria, Lara e Litcar, si avvale di un comitato che coordina i tre filoni di attività e di uno staff per le attività di management. Il laboratorio sviluppa attività di ricerca industriale e di trasferimento tecnologico nel campo delle tecnologie per il monitoraggio e il controllo ambientale, della prevenzione e riduzione degli inquinanti, grazie al lavoro di 111 ricercatori di cui 38 a tempo pieno ■

LA STRATEGIA

La Regione in prima linea per sostenere gli investimenti privati nella ricerca, con l'obiettivo di incrementare la competitività del "sistema Emilia-Romagna"

Dai distretti produttivi ai distretti tecnologici

Nella giornata di chiusura degli R2B Days è stato presentato il bando "Dai distretti produttivi ai distretti tecnologici". Obiettivo: promuovere la nascita di laboratori di ricerca da parte delle imprese più innovative e dinamiche nei principali distretti produttivi regionali, in connessione con la Rete regionale dell'Alta Tecnologia. Insomma – come ha spiegato l'assessore regionale alle Attività produttive intervenendo all'incontro – sostenere quelle imprese che all'interno delle diverse filiere produttive scelgono di puntare sugli investimenti in ricerca, al servizio della filiera stessa e nell'ottica di incrementare la competitività del sistema produttivo emiliano-romagnolo nel suo complesso.

Per accedere ai contributi che la Regione mette a disposizione, che non possono superare il milione di euro a progetto, è necessario

presentare un programma con l'indicazione del distretto/filiera produttiva di riferimento o la sua parte specifica settorialmente identificata, una relazione progettuale che, con riferimento alle tecnologie utilizzate dal distretto, descriva gli obiettivi di miglioramento della competitività tecnologica e un programma di attività. Quest'ultimo dovrà obbligatoriamente essere composto da una parte relativa alla ricerca industriale e sperimentale volto allo sviluppo di tecnologie e da una parte di "diffusione", tirocini formativi e promozione di filiera.

Il contributo regionale, che verrà erogato a non più di due progetti per ciascuno dei distretti della regione, sarà al massimo del 50% per le attività di ricerca industriale, del 25% per lo sviluppo sperimentale e fino al 100% per il programma di diffusione ■

di Alberto Anderlini

Diverse le realtà hi-tech che hanno visto negli R2B Days un appuntamento da non perdere

Imprese innovative a caccia di investitori

Dal 2005 l'esposizione internazionale dedicata alla ricerca industriale e all'innovazione accoglie importanti istituzioni e imprese italiane ed estere che espongono i risultati delle proprie ricerche. Quest'anno il catalogo della manifestazione, ha contato tra le presenze una ventina di imprese e nove progetti d'impresa, con campi di applicazione che spaziano dall'Ict al biomedicale.

Un'occasione di visibilità e un'opportunità per trovare nuovi finanziatori

Tante dunque le proposte e le idee innovative alla ricerca di visibilità, a partire da quella di Henesis, azienda di Parma, che ha presentato un modulo a basso costo per la trasmissione automatica sicura dei dati, il cui trattamento e immagazzina-

mento è garantito dai server aziendali dall'accesso autenticato. Una piattaforma ideale per la manutenzione predittiva su impianti e sistemi com-



Foto Gaia Levi

plici, e nelle misure di efficienza energetica degli edifici. La Mavigex di Bologna ha portato invece una ventata di innovazione

con prodotti che spaziano dai cataloghi interattivi per smartphones distribuiti via bluetooth alle applicazioni interattive per monitor touchscreen. I primi pensati per i visitatori di fiere ed eventi, ma anche per le agenzie che non hanno spazio da dedicare a poster o grandi monitor; le altre come strumento promozionale per mostrare, in una veste grafica all'avanguardia, prodotti e servizi cui si vuole dare risalto. Si chiamano MaviGuide e MaviSign.

E sempre sotto le Due Torri sono nati i nanosupporti per il bio-medicale della Nano4bio. L'azienda felsinea sviluppa, produce e commercializza supporti nanostrutturati da impiegare in campo biologico e biomedicale, con particolare riferimento alla medicina rigenerativa e biosensoristica. Nano4bio lavora per aziende farmaceutiche, laboratori clinici e di analisi, centri di ricerca e aziende biotech; ma non solo: offre anche servizi di consulenza sia tec-

IL CASO

Alta tecnologia per tornare alle famose "radio libere" Spreaker, la radio democratica

///L'idea è quella di dare a tutti la possibilità di creare radio, semplicemente collegandosi online, senza bisogno di scaricare particolari software. Per farlo si utilizza una deejay console virtuale che permette di creare palinsesti o database musicali". Così Francesco Baschieri, uno dei quattro soci di Spreaker, racconta il progetto che ha ottenuto il primo posto nel Premio "Start2B", una competizione, svoltasi all'interno della manifestazione bolognese R2B Days, che ha messo a confronto 53 giovani imprese innovative e progetti d'impresa. A giudicarli è stata una giuria di trenta business angel, investitori provenienti da tutto il mondo. La web radio Spreaker, la

cui sede è a Rimini, sarà online nel primo semestre del 2010, ma è già possibile registrarsi al sito www.spreaker.com. "Sebbene la creazione di una community non sia di per sé nulla di nuovo - continua Baschieri - il contesto di applicazione alla produzione radiofonica è invece fortemente innovativo e non vi sono a livello internazionale altri casi dello stesso tipo".

I quattro soci, che si definiscono imprenditori seriali, hanno alle spalle una precedente esperienza imprenditoriale, grazie alla fondazione nel 2005 della start-up Waymedia, premiata nel 2009 come seconda miglior start-up a livello italiano ■

nico-scientifica per la nanostrutturazione e caratterizzazione di materiali biocompatibili sia per la scrittura e rendicontazione economica-finanziaria di progetti nell'ambito delle bionanotecnologie e nanomedicina.

In vetrina anche la Ottevolution di Ferrara, società titolare e licenziataria del primo brevetto al mondo che tutela l'unico sistema di alleviamento di pressione per il seno. Otte, il prodotto presentato, altro non è che un cuscino salvaseno e cervicale ad aria, gonfiabile e adattabile, concepito per impedire lo schiacciamento del seno ed aiutare le donne a dormire e rilassarsi in posizione prona. Quattro le versioni disponibili: da Otte Home Care, concepita per l'ambiente domestico e realizzata in Pvc ricoperto di cotone floccato a Otte Beach Yacht & Spa, per la vita all'aria aperta o a contatto con la natura; e ancora Otte Evolution Massage, la versione professionale realizzata per gli operatori del massaggio curativo ed estetico e Otte Surgical Edition, la versione antidecupito monouso realizzata per la sala operatoria e per le visite mediche.

Riflettori puntati pure sulla Waymedia di Bologna, leader nel mercato del Bluetooth Proximity Marketing dal 2005, fornisce oggi i propri sistemi in oltre sessanta Paesi del mondo e ha lavorato con i brand più famosi a livello mondiale: da Coca Cola a



Foto Galia Levi

Virgin, da Piaggio a Bmw, fino a Vodafone e Tim. Con uffici a Bologna e Madrid (Spagna) e grazie all'appoggio di una rete globale di partner è in grado di offrire consulenze, assistenza e supporto tecnico per assicurare risultati eccellenti alle campagne di "proximity marketing". Oltre alle imprese, ampio spazio è stato dato ai progetti d'impresa "a caccia" di potenziali finanziatori. Così da Mytable, concetto innovativo di tavolo che permette di ordinare il cibo desiderato attraverso un intuitivo sistema touchscreen corredato da un ambiente software che include l'intrattenimento del cliente durante l'attesa si è potuto passare alla fabbrica di nucleotidi anti-tumore, nello stand di Lesom. Il Laboratorio Emiliano Sintesi Oligonucleotidi Modificati è attivo, presso il dipartimento di Chimica dell'università di Ferrara, nello studio di brevi sequenze di Dna o Rna utilizzabili in ambito medico e biologico per individuare potenziali terapie contro le patologie tumorali.

Arriva da Cesenatico invece il software di SimulClinicA, in grado di semplificare e migliorare la formazione in ambito medico. Il progetto ha lo scopo di rendere più accessibili al mercato le tecniche didattiche di simulazione, svolte attraverso i display di terminali standard quali personal computer e dispositivi mobili o touchscreen. Il vantaggio competitivo del prodotto si basa sui fattori tecnologici (che consentono lo sfruttamento di modelli di simulazione esclusivi e di modalità di distribuzione innovative), su competenze specialistiche (che consentono una rapida e maggior personalizzazione, rispetto ai prodotti esistenti) e su network di contatti settoriali (utili per poter intraprendere azioni di partnership con attori già presenti sul mercato). E si tratta solo di alcune tra le numerosissime nuove imprese hi-tech che presenti agli R2B Days che, oltre ad essersi presentate ai visitatori e ai potenziali investitori nel corso di forum specifici, organizzati nell'arco delle tre giornate della fiera, hanno anche gareggiato per il Premio Start2B 2009 ■



Foto Galia Levi

GLI OBIETTIVI

Premio Start2B Più valore alle start-up hi-tech

L'iniziativa Start2B, realizzata per la prima volta nell'ambito di "Research to Business 2008" e che quindi ha visto quest'anno la sua seconda edizione, mira alla valorizzazione di start-up a base tecnologica o a elevato contenuto di conoscenza che vogliono essere riconoscibili presso il pubblico, ottenere finanziamenti ed entrare in network con i soggetti che a vario titolo possono sostenerne la crescita e lo sviluppo. In particolare, il Forum, che si è tenuto a porte chiuse nel pomeriggio di giovedì 12 novembre, ha dato la possibilità a una cinquantina di imprese di presentare i propri progetti a un pubblico costituito da investitori, finanziatori e business angel, operatori pubblici e privati: proprio il pubblico ha attribuito il premio alla web radio Spreaker.

Tra gli stand espositivi, uno spazio è stato destinato in esclusiva a "We Tech Off", l'incubatore di Aster dedicato a start up innovative e ad alto contenuto tecnologico, che ha dato visibilità a nove delle sue imprese incubate. Si tratta di DataRiver, attiva nella progettazione e sviluppo di soluzioni di web semantico, IntelliWare, che si concentra su attività di business intelligence, Lorelei, per servizi ad alto contenuto innovativo nel campo della sonificazione e del sound branding, Mathfem, che si occupa di ingegneria e calcolo scientifico per la ricerca e l'innovazione industriale. E ancora Nano4Bio, progetta e fabbrica materiali da impiegare in campo biologico e bio-medicale, Otte, una linea di Cuscini Salvaseno concepita per evitare lo schiacciamento del seno in posizione prona, Reloc, sistemi dedicati alla radio-identificazione, SimulClinicA, software di simulazione per la formazione in ambito medico e Wispes, sistemi elettronici intelligenti per risolvere i problemi di controllo e gestione di sensori e attuatori in ambienti domestici e industriali ■

di Giuseppe Sangiorgi

A Forlì-Cesena un ciclo pluriennale di eventi promosso da Camera e Fondazione Carifo

Competitività e sviluppo con "L'arte di innovare"



L'iniziativa si rivolge a tutti gli attori che operano sul territorio

La sfida si gioca sull'innovazione, leva strategica di crescita e, in questo particolare momento, chiave per riemergere dalla crisi economica. Su questo fattore essenziale Camera di commercio di Forlì-Cesena e Fondazione Cassa dei Risparmi di Forlì hanno deciso di dare vita a un ciclo pluriennale di eventi "L'arte di Innovare", per declinare il tema dell'innovazione sul territorio.

Un'intera giornata incentrata su "La cultura dell'innovazione", al Grand Hotel di Castrocaro Terme ha dato il "battesimo" a un'iniziativa pensata per dare uno stimolo a tutti gli attori locali – sia pubblici che privati – per cercare di identificare le migliori strategie utili a governare lo sviluppo e i cambiamenti. Sullo sfondo, l'esigenza comune di sensibilizzare imprese, istituzioni e società civile.

"In questo momento – afferma

Tiziano Alessandrini, presidente della Camera di commercio di Forlì-Cesena – è necessario puntare sul "fattore Innovazione" per mantenere livelli competitivi adeguati, instaurare nuovi rapporti o creare alternative possibili agli attuali modelli di sviluppo. Abbiamo voluto promuovere la cultura dell'innovazione in senso lato, sapendo che essa non si afferma facilmente in quanto l'investimento produce risultati non sempre immediati. Ma questa è la strada obbligata da percorrere per misurarsi con la concorrenza non solo basata sui bassi costi".

L'edizione numero "zero" è stata quindi il punto di partenza di un viaggio "dentro l'innovazione" con tre obiettivi: individuare un lessico di base sul perché e come può essere utile pensare al tema; approfondirlo assieme alle imprese; riflettere sul modo di fare innovazione nel territorio e sulle politiche delle istituzioni a supporto delle imprese.

La giornata è stata articolata in alcuni momenti: una riflessione sul "perché innovare", attraverso quattro

diverse prospettive; una tavola rotonda per riscontrare aspetti globali nelle specificità del territorio individuando punti di forza e aree di miglioramento, ma anche vision, strategie e priorità; la presentazione di "buone prassi" riconducibili ad alcune realtà imprenditoriali del territorio.

Centrale strumento per approfondire i punti di forza e le aree di miglioramento, con l'intento di fornire un contributo alla programmazione di azioni di supporto alla competitività del territorio, è il secondo Rapporto sull'innovazione della provincia di Forlì-Cesena curato dal Cise (l'azienda speciale dell'ente camerale). Realizzato coniugando i dati dell'Osservatorio Innovazione della rete camerale regionale e di Simet (Sistema Integrato di Monitoraggio dell'Economia Territoriale), la ricerca riporta i valori provinciali dei principali indicatori dell'Eis (European Innovation Scoreboard), mettendo a confronto l'andamento dei parametri dell'innovazione a livello provinciale, regionale, nazionale e

Tiziano Alessandrini, presidente della Camera di commercio di Forlì-Cesena

LA STRATEGIA

Mission della società, favorire a tutti i livelli il trasferimento tecnologico

Pa e imprese, più efficienza grazie a Rinnova

Romagna Innovazione è la società di ingegneria dell'innovazione, costituita nel 2008 dalle Fondazioni bancarie di Forlì e Cesena, dalla Camera di commercio e dall'università di Bologna. La mission di Rinnova srl (più semplicemente in forma abbreviata) è di promuovere il valore e la competitività delle imprese e della Pubblica amministrazione del territorio favorendo il trasferimento dell'innovazione tecnologica (miglioramento di processi, prodotti e servizi) dal mondo della ricerca universitaria a quello delle aziende. Rinnova, società indipendente e

senza fini di lucro, opera negli ambiti delle tecnologie dell'informazione e comunicazione (Ict) e delle tecnologie elettro-meccaniche. I punti di forza di Romagna Innovazione sono l'approccio multidisciplinare alla progettazione e sviluppo di soluzioni innovative focalizzate sulle esigenze dei clienti, la capacità di integrare le conoscenze presenti nell'università con le migliori tecnologie e soluzioni disponibili sul mercato, la competenza nel gestire l'introduzione di nuove soluzioni nei processi aziendali e industriali esistenti ■



comunitario. Dallo studio, che fornisce una lettura in tempo quasi reale delle dinamiche di innovazione e del momento economico locale, emergono spunti interessanti.

Le imprese locali ad alta intensità tecnologica risultano più longeve con un'età media pari a 15,7 anni. Tuttavia, il numero delle imprese medium-high e high-tech del manifatturiero, si mantiene stabile (920 nel 2002, 950 nel 2007 e 963 nel 2008), così come quelle ad alta intensità tecnologica (260 nel 2000 e nel 2008). La proprietà intellettuale presenta indici positivi: il numero di brevetti registrati in relazione alla popolazione passa da 67,88 del 2007 a 121,13 del 2008, quello dei brevetti europei mostra un lieve incremento, mentre rimane basso il valore riferito ai modelli ornamentali.

“Questo significa – aggiunge Alessandrini – che è giusto dar vita a strumenti che aiutino ad andare verso l'innovazione e che può rientrare tra gli obiettivi di sviluppo del territorio sopperire all'affievolirsi della spinta alla Ricerca&Sviluppo, interna alle imprese, con un rapporto di collaborazione più stretto con i centri di ricerca, le istituzioni e le associazioni del territorio”.

C'è una sorpresa per il capitale umano. La percentuale di laureati ingegneria e materie scientifiche, sociali e umanistiche presenta valori di eccellenza: 55,57 ogni 1.000 abitanti rispetto ai 50,20 della regione,

ai 32,1 dell'Italia, ed ai 40,30 dell'Ue a 27. Anche il dato sui diplomati è superiore a quello regionale. Tuttavia questo posizionamento appare in contrasto con la difficoltà dichiarata dalle imprese (45 imprese su 100) nel reperire personale qualificato. La diffusione dell'imprenditorialità sembra frenata dalla situazione economica e finanziaria. Prima della crisi, le imprese del territorio hanno investito in innovazione di prodotto o processo in modo maggiore rispetto all'Italia e all'Europa, quasi anticipato rispetto alle difficoltà. Se questo ha portato un negativo effetto di “trovarsi in mezzo al guado” con sviluppi appena avviati, dall'altro ciò potrebbe significare che nella ripresa queste aziende potranno assicurare una nuova competitività. “Sarà necessario dare continuità ai processi di innovazione – spiega Alessandrini – adottando interventi a sostegno di un futuro rilancio per evitare una discontinuità che potrebbe essere pagata in termini di perdita di competitività specie nel medio e lungo periodo”.

Almeno tre imprese su dieci identificano come prossimi obiettivi l'energia, i materiali innovativi, la ridu-

zione degli impatti ambientali e l'informatica: “Da tempo Forlì si interroga sul rapporto tra la città e l'innovazione tecnologica – dichiara Pier Giuseppe Dolcini, presidente della Fondazione Cassa dei Risparmi di Forlì – con “L'arte di innovare” non abbiamo voluto fare una mera celebrazione dialettica della modernità, ma un serio approfondimento su un modo ormai essenziale di fare impresa. È anche per questo che nel 2008 è nata Rinnova, per favorire il trasferimento tecnologico dalla ricerca universitaria alle imprese.

Non sono solo le aziende che necessitano di innovazione, ma anche la Pubblica amministrazione, la sanità, il sistema culturale, la scuola e il welfare. Stiamo quindi pensando di concentrare su Forlì un forte interesse di studio – e di traduzione operativa – sui temi dell'innovazione tecnologica: di farne, in altre parole, una città dell'innovazione”.

Sul sito www.fc.camcom.it/artediinnovare, oltre ai materiali cartacei e alle slide delle presentazioni, è possibile scaricare e ascoltare anche le videoregistrazioni dei vari momenti dell'incontro ■

Alfonso Gambardella



L'ANALISI

Alfonso Gambardella, ordinario di Economia e gestione delle imprese alla Bocconi di Milano

“L'innovazione non è solo R&S”

L'innovazione tecnologica, fattore essenziale per uscire dalla crisi, da sola non basta, se non si sa come applicarla. È quanto sostiene Alfonso Gambardella, professore di Economia e gestione delle imprese all'Università Bocconi di Milano, tra i relatori della giornata, nel suo libro “Innovazione e sviluppo. Miti da sfatare, realtà da costruire” (Egea 2009).

Secondo Gambardella “Un mito da sfatare è ritenere che Ricerca&Sviluppo siano una panacea. Naturalmente, la R&S è importantissima e bisogna farne di più e meglio. La differenza la fa però l'ecosistema. Se mancano una domanda innovativa, modelli organizzativi adeguati, infrastrutture, imprenditorialità, la R&S conta poco. Oggi – aggiunge – ci troviamo di fronte a una strozzatura: siamo in grado di produrre e di esplorare molte idee e

progetti industriali, ma sappiamo ancora poco se come scoprire se queste idee potranno davvero interessare, diventando prodotti di successo sul mercato”.

“Il rilancio dei modelli di sviluppo – osserva il docente – non può prescindere da due aspetti. Il primo è la necessità di concentrarsi non tanto sui fattori visibili, lavoro e capitale, quanto su quelli invisibili, ovvero qualità del lavoro, miglioramento delle capacità manageriali, diffusione dell'informatica in tutti i settori dell'economia e non solo in quelli hi-tech. Il secondo è l'attenzione che va prestata non solo alla Ricerca&Sviluppo e all'innovazione in sé, ma a migliorare la capacità di tradurre le innovazioni in usi reali sul mercato e in generale alla ricerca di applicazioni economicamente rilevanti anche dalle tecnologie già esistenti” ■



L'ARTE di INNOVARE
LA CULTURA DELL'INNOVAZIONE 2009

di Natascia Ronchetti

È l'“economia della conoscenza” il pilastro dell'Emilia-Romagna del futuro

Ptr, concluso il “viaggio” negli enti locali

Pronta alla sfida del rinnovamento e dell'innovazione, con la testa e il cuore in Europa. Nel suo Dna ha una coesione sociale da difendere e valorizzare; nel suo futuro un sistema a rete di competenze ed eccellenze – valorizzate da Bologna città metropolitana – fondato sull'economia della conoscenza. Ecco l'Emilia-Romagna di domani, disegnata dal nuovo Piano territoriale regionale, che a quasi vent'anni di distanza dal

per Errani “c'è la necessità di rafforzare nel contesto attuale l'identità quale fattore di successo di questa regione. Occorre mettere al centro della nostra azione, e quindi del Piano territoriale regionale, l'economia della conoscenza, l'ambiente e la nuova composizione della società, che dovranno essere il valore aggiunto in grado di costituire un vantaggio competitivo nelle sfide che ci aspettano nei prossimi anni”.

Le principali linee di indirizzo del Piano, che non è un atto normativo, ma un piano aperto e flessibile, ruotano intorno a tre elementi cardine: la necessità di fare sistema, di rafforzare le reti e le società in direzione di comunità aperte, di puntare sulla conoscenza, sull'innovazione e sulla valorizzazione del territorio così come sulla green economy. Tutto questo con il superamento del modello del policentrismo. “Fino ad ora – spiega l'eco-

Tra i capisaldi, innovazione e green economy, ma anche l'addio al “policentrismo”

primo Ptr – approvato nel 1990 – indica la rotta che dovrà seguire il sistema regionale del futuro. Terminato il lungo percorso di consultazione dei territori, il Piano adottato dalla Giunta potrà essere soggetto a osservazioni da parte delle autonomie locali e delle asso-

ciazioni, prima di approdare all'Assemblea legislativa per l'approvazione.

È stato lo stesso presidente della Regione Vasco Errani, concludendo il 3 novembre scorso il viaggio di ascolto e consultazione dei territori – nel confronto con istituzioni, categorie economiche, sociali e sindacali – a ricapitolare le principali tappe effettuate dal più importante strumento di programmazione territoriale della Regione, sintetizzandone i capisaldi.

“Stiamo concludendo – ha detto Errani – un lungo percorso di confronto con la società regionale che tiene conto dei mutamenti che sono intervenuti in questi anni. Mutamenti come quelli provocati dalla crisi economica, che dovremo trasformare in un'opportunità per consentire alla regione di fare un salto di qualità e adeguare e innovare i propri obiettivi”. Per questo,



nomista Guido Caselli, direttore dell'area studi di Unioncamere Emilia-Romagna e membro del comitato scientifico del Ptr – si era sempre lavorato sulle eccellenze espresse dalle varie province. Ma in ognuna venivano replicate strutture e infrastrutture che non erano più competitive. Oggi, da un lato, il nuovo Ptr valorizza ancora di più le specializzazioni territoriali, dall'altro si pone l'obiettivo di metterle in rete per fare sistema e aumentarne la competitività.

In tutto questo il ruolo di Bologna sarà importante. “Il capoluogo emiliano-romagnolo – spiega ancora Caselli – rientra tra quelle città europee che hanno caratteristiche particolari. Non è una grande metropoli, ha dimensioni che le consentono di competere con città come Lione o Valencia. Ha un



ruolo di traino propositivo delle altre città capoluogo della regione. Deve specializzarsi sul tema delle infrastrutture, con il suo aeroporto, il Marconi, che diventa la principale porta di ingresso alla regione, ma in collegamento con gli altri scali aeroportuali e con il resto della regione. Deve poi sviluppare il terziario avanzato, sia quello rivolto alle imprese sia quello rivolto al welfare. In questo contesto anche la sanità diventa un attore economico, protagonista della crescita”.

Dal canto suo Bologna è già pronta ad assumersi questo nuovo ruolo ad protagonista, come osserva il sindaco Flavio Delbono. “La città è pronta – dice Delbono – il Ptr le assegna un ruolo importante che riafferma come Bologna sia una grande capitale europea. Anche per questo si conferma l'importanza di una proposta di piano strategico per progettare la città del futuro concentrandosi su alcuni punti chiave sui quali investire le migliori energie della città”.

Il risultato del Ptr, così come uscito dal percorso di consultazione dei territori, getta le basi di un futuro nel quale la regione ha la capacità di adattarsi ai cambiamenti economici e sociali (da quelli legati all'invecchiamento della popolazione ai fenomeni migratori) portandoli a valore, con una visione alta di quello che l'Emilia-Romagna vuole diventare domani. Competitiva, coesa, effi-

ciente, con un sistema imprenditoriale forte, una grande attenzione alla valorizzazione del capitale umano, multiculturale e aperta.

Le fondamenta ci sono già, come dicono i numeri. Sotto il profilo strutturale la regione si connota come un territorio con elevati livelli di benessere e ricchezza, generalmente ai vertici delle classifiche nazionali. Il Pil per abitante è di oltre 30mila euro, il reddito disponibile di oltre 21mila. Con una popolazione di più di 4 milioni di abitanti – il 7,1% della popolazione nazionale – ha un prodotto interno lordo che supera i 127 miliardi (pari all'8,6% del Pil del Paese), una esportazione di beni che ammonta a oltre 41 miliardi e un consumo interno delle famiglie che supera i 75 miliardi. Con oltre la metà dei nuclei famigliari collocati nelle fasce di reddito alte o medio-alte ha l'indice di povertà relativa più basso di tutto il Paese. E se da un lato la popolazione è caratterizzata da un elevato peso della componente anziana, con un indice di vecchiaia al di sopra della media italiana e di quella europea, negli ultimi anni sta assistendo a una ripresa delle nascite, che, accompagnata da un consistente flusso migratorio, incide sul tasso di invecchiamento, invertendone la tendenza all'incremento. Nel suo presente ci sono già le basi della società multiculturale (gli stranieri



residenti in Emilia-Romagna negli ultimi dieci anni sono quadruplicati), nel suo futuro c'è il pieno raggiungimento degli obiettivi di Lisbona, con il traguardo già raggiunto della piena occupazione femminile. Quanto alla forza lavoro, su quasi due milioni di persone più di un milione e 981 mila sono occupate, con un tasso di attività, nella fascia compresa tra i 15 e i 64 anni, che raggiunge il 71,9%.

La crisi ha rallentato ma non interrotto la crescita economica. Ed è qui che si inserisce una visione della regione del futuro nella quale il forte investimento sulle politiche di welfare rappresenta un fattore chiave per la formazione e il miglioramento del capitale umano,

e quindi per rendere più solido lo sviluppo e più forte la competitività del sistema regionale. È qui che si colloca la ricerca di un'adesione piena a una idea di regione nella quale prende corpo anche la necessità di un nuovo patto con il mondo del lavoro, assegnando protagonismo ai giovani e disegnando i contorni di un territorio che diventa laboratorio italiano della green economy. In questo contesto il Ptr mette al centro dello sviluppo, in linea con gli obiettivi fissati dall'Ue a Lisbona, la costruzione di una società della conoscenza, che metta più saperi a disposizione delle persone e delle loro libertà, plasmando anche l'azione delle istituzioni: la sfida più ambiziosa ■



L'INTERVISTA

Gian Carlo Muzzarelli, assessore regionale alla Programmazione e sviluppo territoriale

“La forza dell'Emilia-Romagna sta nei suoi territori”

“Una regione forte, con un sistema robusto costituito da reti, materiali e immateriali, collegate dalla qualità dei servizi e da una cultura che le consente di avere un brand forte capace di renderla competitiva nel mondo”. Gian Carlo Muzzarelli, assessore regionale alla Programmazione e sviluppo territoriale, spiega qual è l'idea di Emilia Romagna da cui prende corpo il nuovo Piano territoriale regionale. **Come si sviluppa il Ptr di fronte ai cambiamenti della società?**

“La storia del riformismo emiliano-romagnolo è alla base di una nuova progettualità che di fronte ai mutamenti, sotto il profilo economico, sociale, demografico e ambientale, si mette in gioco cambiando e puntando sull'innovazione. Sul piano economico si tratta infatti di innovare gli strumenti di sostegno e stimolo alle imprese partendo dalla rete dei tecnopoli, facendo leva sulla cultura della ricerca e dell'innovazione, cercando di aumentare la forza del sistema manifatturiero e cercando di elevare, con innesti tecnologici, la qualità e la quantità della produzione, la qualità del lavoro e dei lavori”.

Cosa delinea il Piano?

“Il Piano non è un'azione di governance. Disegna un impianto strategico, definito dopo un percorso di consultazione dei territori, che dice dove la regione vuole andare. Il risultato è la costruzione di un progetto, insieme al

sistema economico e sociale, che indica anche la strategia per uscire dalla crisi. È un progetto che dà fiducia al sistema: dice che c'è un domani per la nostra regione”.

Come si posiziona in Europa l'Emilia-Romagna?

“In ambito europeo la regione si colloca tra le più avanzate. Siamo al settimo posto per il manifatturiero e siamo nel quadro degli obiettivi di Lisbona anche per quanto riguarda l'occupazione femminile. Oltreconfine guardiamo a un gruppo di regioni avanzate nel quale ci vogliamo collocare svolgendo un ruolo da protagonisti. Ma è chiaro che bisogna uscire dalla crisi per continuare a correre”.

Quale sarà il ruolo di Bologna?

“Il capoluogo avrà un ruolo importante. La forza dell'Emilia-Romagna sta nei suoi territori caratterizzati da una alta qualità, con vocazioni di alto profilo per stare nel mondo. Ma l'esperienza europea ci dice che i territori hanno bisogno di città trainanti e Bologna è riconosciuta come una delle 6 città italiane con maggiori opportunità di sviluppo metropolitano. Per questo insieme al Comune e alla Provincia stiamo lavorando affinché il capoluogo eserciti un ruolo di traino del sistema regionale. Questo deve servire a elevare il livello delle qualità e delle competenze. Non c'è contrapposizione tra i territori, al contrario si determina un'alleanza strategica. Il ricono-

simento di un sistema in cui tutti hanno delle competenze sta alla base di una grande forza regionale: abbiamo bisogno di motori di sviluppo dentro a un sistema a rete. Sotto questo profilo è fondamentale anche il capitolo delle infrastrutture. Con l'alta velocità si saldano le relazioni tra Nord e Sud del Paese, la regione diventa la cerniera tra il Mediterraneo e l'Europa nell'ambito di un sistema condiviso valorizzato da Bologna”.

Come governare le contraddizioni sociali innescate dai cambiamenti demografici?

“Sono in atto grandi trasformazioni sociali, assistiamo a trend positivi delle nascite dovuti in larga misura ai nuovi cittadini, gli stranieri. Noi diciamo che ciò che vediamo nel futuro è una società aperta fatta di comunità aperte, una regione multiculturale che deve operare dentro l'asse dei diritti e dei doveri. Questa è l'unica condizione per gestire anche la complessità. Non è con i muri e le chiusure che si governano i nuovi fenomeni sociali e demografici. Noi dobbiamo puntare a un sistema integrato di servizi e di opportunità per rafforzare la coesione sociale”.

Quali gli errori da evitare?

“Dobbiamo evitare di chiuderci in casa e dobbiamo metterci in gioco, accettando la sfida dell'innovazione e del rinnovamento. E per farlo è necessario il costante confronto con gli altri. Solo così si diventa più forti e robusti” ■

Pubb

di Natascia Ronchetti

Un 2009 difficile, ma c'era da aspettarselo. Il calo è contenuto, e tornano i tedeschi

Quasi 40 milioni preferiscono la Riviera

Tutto o quasi come previsto. Il turismo emiliano-romagnolo chiude la stagione estiva di un 2009 difficile, ipotecato dalla crisi economica, con una netta tenuta, in controtendenza rispetto al resto del Paese. La flessione delle presenze, messa già in conto all'inizio dell'anno dagli operatori, si è attestata su un modesto meno 2,7%, pari a un totale di oltre 39 milioni di soggiorni (contro il 6% del resto dell'Italia), mentre gli arrivi sono cresciuti dello 0,4%. Un risultato incoraggiante, segnato anche dal ritorno di fiamma con i turisti tedeschi: da anni sembrava che avessero deciso di voltare le spalle alla Riviera, con una costante contrazione dei flussi, ma hanno decisamente invertito la rotta regalando alla Riviera un incremento delle presenze dell'1,7% e premiando lo sforzo di promocommercializzazione messo in campo in Germania dall'Apt, l'Agenzia regionale per la promozione turistica.

Tutto bene? Non proprio, come ha spiegato l'assessore regionale al Turismo Guido Pasi presentando alla stampa il bilancio della stagione. "I numeri non sono oro colato e all'orizzonte c'è un dato preoccupante, di carattere strutturale". Dall'estate la Riviera non è uscita con le ossa rotte grazie alla sua connotazione di destinazione di prossimità facilmente raggiungibile, al buon rapporto tra qualità e prezzo, alla vasta gamma di servizi che può offrire facendo leva sui grandi numeri. Ma per Pasi è ora necessaria una riflessione a tutto campo non più rimandabile. Serve, dice Pasi, "una riqualificazione del-

l'offerta attraverso un'evoluzione strutturale da realizzarsi mettendo in campo strumenti urbanistici, legislativi, fiscali e finanziari, a partire dalla defiscalizzazione della compravendita degli alberghi". E la riflessione dovrà investire le politiche nazionali, oggi secondo Pasi praticamente assenti, elevando il turismo al rango che gli compete, quello di un'industria.

Quanto basta a incassare il via libera degli imprenditori regionali, che da tempo chiedono politiche forti per sostenere un settore che ha già dimostrato di poter essere un volano per il rilancio economico del Paese. "Stiamo attraversando una crisi che non è congiunturale ma strutturale - dice il presidente regio-

nale di Asshotel-Confesercenti Claudio Della Pasqua - Pasi ne è consapevole e questo significa che c'è la volontà di mettere in campo nuove politiche, da quelle del credito a quelle del lavoro, per arrivare alla defiscalizzazione della compravendita delle strutture ricettive, che è un problema molto sentito: solo agevolando il passaggio della proprietà ai gestori si può rilanciare una stagione di investimenti per la riqualificazione del prodotto". Della Pasqua inanella ciò che dovrebbe essere fatto. "Bisognerebbe posticipare l'inizio delle scuole di dieci o venti giorni, per dare maggiore respiro alla stagione. Poi - prosegue - sarebbe necessario defiscalizzare i costi energetici, come avviene in

Più del presente, a preoccupare è l'assenza di una strategia di respiro nazionale



altri Paesi europei, e mettere in campo politiche del lavoro adeguate alle esigenze del settore, così come supportare la ristrutturazione e la riqualificazione delle strutture sostenendo e agevolando l'accesso al credito. Di tutto ciò la nostra associazione di categoria si fa portavoce da tempo ed è un bene che la Regione recepisca le nostre istanze. Ma non mi faccio illusioni. A livello nazionale il turismo è ancora troppo poco considerato”.

Una posizione condivisa dalla presidente degli albergatori di Rimini Patrizia Rinaldis. “Sono ancora troppi gli imprenditori che non investono sulla riqualificazione delle strutture alberghiere perchè sono solo gestori e non proprietari dell'immobile”, dice Rinaldis. “La ricerca della soluzione del problema non è più rinviabile e noi da tempo facciamo proposte al Governo nazionale affinché si imbocchi la strada della defiscalizzazione della compravendita”. Per Rinaldis il problema di fondo resta l'assenza di attenzione nei confronti di un settore che in questa fase di crisi ha fun-

zionato anche come ammortizzatore sociale, “assorbendo la manodopera espulsa dal mercato del lavoro. Noi abbiamo tenuto le posizioni perchè siamo riusciti a garantire un buon rapporto qualità-prezzo, anche se questo è avvenuto a scapito della redditività, che è in contrazione. I costi sono infatti aumentati e molti hanno scelto di ampliare e differenziare la gamma dei servizi offerti senza ritoccare le tariffe. Questo anche nel mese di agosto ha consentito di mettere sul mercato delle proposte davvero vantaggiose. Tuttora però non c'è riconoscimento dell'importanza del turismo, che deve essere considerato un'industria. Le risorse che ci vengono assegnate sono ancora scarse”.

Tra gli operatori si avverte oggi il sollievo per aver contenuto le perdite, anche se sono tanti a manifestare preoccupazione per il 2010, anno in cui la crisi farà sentire ancora i suoi effetti. Per ora il sistema turistico regionale esce quasi vittorioso dal 2009, anche grazie al Wine Food Festival, cartellone di 40 appuntamenti enogastronomici autunnali che ha messo a sistema le tante sagre e fiere presenti sul territorio, abbinandole a specifici pacchetti soggiorno prenotabili direttamente online.

I numeri elaborati dall'Osservatorio dell'Emilia Romagna sul turismo, promosso da Regione e Unioncamere, dicono che nel confronto con le altre destinazioni turistiche del Paese la regione conferma di aver retto brillantemente all'urto della difficile congiuntura economica. Male infatti sono andate le isole: Sardegna e Sicilia hanno perso rispettivamente il 13,5 e il 13,6% delle presenze. E si sono attestate su flessioni marcate la Riviera di Ponente (meno 11,3%), la Riviera di Levante (meno 5,7%) e la costa abruzzese (meno 5,9%). Solo le Marche e le coste venete e friulane sono riuscite a contenere le perdite, con flessioni che hanno oscillato tra il meno 3,2% e il meno 3,8 per cento. L'Emilia-Romagna è riuscita a fare meglio grazie a un combinato disposto tra vari fattori. Da un lato la convenienza (con un'offerta di ospitalità a largo spettro che consente scelte su misura anche a chi ha bud-



get limitato) unita alla raggiungibilità si è rivelato un elemento di successo. Dall'altro il sistema turistico è riuscito ancora una volta a far leva su una clientela storica e fedele (oltre il 60% dei turisti) e su una dimensione dell'ospitalità alberghiera ed extralberghiera tale da corrispondere alle domande più diverse. Il risultato è una flessione contenuta delle presenze italiane (meno 2,6%) e di quelle straniere (meno 3,2%). La contrazione della durata media del periodo di vacanza (dai 7 ai 9 giorni) si è accompagnata a un aumento degli arrivi. Basti dire che ai caselli autostradali della Riviera si è registrato sempre il segno più rispetto al 2008, con un incremento del 4,9% in maggio, dell'1,9 in giugno, del 5% in luglio, del 3,7% in agosto, dell'8,3% in settembre.

Per quanto riguarda i flussi stranieri, il 2009 ha confermato come previsto una brusca flessione delle presenze russe, diminuite del 17,4%. In contrazione anche i flussi provenienti dai Paesi scandinavi (meno 12,5% la Finlandia, meno 10,7% la Svezia, meno 12,8% la Danimarca), con l'unica eccezione della Norvegia, da dove è arrivato invece il segnale di un forte incremento: più 8,3%. In crescita anche i turisti provenienti dalla Svizzera (più 5,2%) e dall'Austria (più 3,9%). La Riviera ha poi acquisito nuove fette di mercato in Francia (più 1,8%) e in Belgio (più 2%). Performance negative, invece, sia sul mercato inglese



(meno 14,2%) che su quello dei Paesi dell'Europa dell'Est (meno 11,7%).

Lo scampato pericolo, tuttavia, non induce gli operatori a rinunciare alla cautela. Conferma il presidente dell'Apt Massimo Gottifredi: "Prevediamo che la coda della crisi si allungherà anche sul 2010 e per questo abbiamo deciso di procedere con la stessa aggressività che abbiamo messo in campo nel 2009. Quest'anno abbiamo giocato la carta della prossimità, quando abbiamo intuito che la situazione si

preannunciava difficile ci siamo ritirati sui mercati più vicini. Ora dovremo fare i conti con diverse tendenze. Sullo sfondo della crisi economica si è accentuato il fenomeno della vacanza breve, il cosiddetto short break, accompagnato da un'attenzione al consumo che richiede la costante ricerca di un equilibrio nel rapporto tra la qualità e il prezzo. Questo ci invita a una riflessione. La campagna di Pentecoste in Germania ha dato i risultati sperati, diventando un modello che vogliamo replicare in Francia, Olanda,

Svizzera, Austria e anche in Spagna. È un modello che ha realizzato una efficace saldatura tra promozione e commercializzazione". Se la crescita sulla Germania sembra destinata a proseguire, buone nuove potrebbero arrivare dalla Russia già dal 2010. "Abbiamo preso contatti con molti tour operator russi - prosegue Gottifredi - e notato reazioni improntate a un certo ottimismo. Sul mercato russo prevediamo un recupero già dal prossimo anno, con un ritorno ai grandi numeri pre-crisi nel 2011" ■

LA STRATEGIA

Molte le novità della stagione bianca. Protagonisti gli amanti dello sci, ma non mancano le proposte alternative, dal trekking al nordic walking

In Appennino l'inverno scende in pista

Una pista nera nuova di zecca al Cimone, nel Modenese, che inaugura anche un'altra seggiovia a due posti. Il pacchetto "Scia low cost" a partire da 99 euro al Corno alle Scale, nel Bolognese. Il giovedì in promozione a Cerreto Laghi, nel Reggiano, dove appunto ogni giovedì lo skipass costerà solo 15 euro. Sono tante le novità che le località sciistiche dell'Appennino emiliano-romagnolo hanno messo in campo per la stagione invernale 2009-2010. L'obiettivo è quello di bissare gli ottimi risultati raggiunti lo scorso anno, con una crescita delle presenze stimata intorno al 27%. La formula individuata dall'Unione di prodotto Appennino e Verde è quella della diversificazione dell'offerta, vale a dire non solo sci ma anche tanta natura e sport alternativi per intercettare nuovi segmenti di mercato.

La conferma arriva dal presidente dell'Unione Pierluigi Saccardi. "Dopo una stagione da record come quella dell'anno scorso - dice Saccardi - quest'anno la sfida sarà ancora più stimolante. L'Appennino dell'Emilia-Romagna ha lavorato tutta l'estate per diventare ancora più attrezzato e adesso è pronto ad accogliere gli appassionati di neve e gli amanti della natura. Proprio a questo proposito abbiamo lanciato nella stagione passata Neve Natura, cioè la proposta di un week end per vivere la neve a 360 gradi, senza sci ma con trekking ad alta quota, nordic walking nei boschi, sleddog, uscite nella neve alla scoperta delle tracce del lupo, escursioni enogastronomiche. È stato un esperimento unico nel panorama nazionale che ha dato risultati positivi, per questo anche nella sta-

gione in arrivo continueremo a offrire questo tipo di vacanza, accanto alle classiche settimane bianche".

Del resto il piano dell'Unione intende creare sempre più nuove opportunità di sviluppo della vacanza attiva sulla neve. E per quanto riguarda la campagna promozionale e di commercializzazione l'Unione non si sta concentrando solo sullo storico mercato nazionale, ma sta esplorando anche nuove realtà oltreconfine, come i promettenti Paesi dell'Est e del Nord Europa. Una sfida che sembra destinata a essere vincente, visto che le destinazioni turistiche della montagna regionale nella passata stagione hanno visto crescere proprio i turisti stranieri, arrivati a sfiorare le 6mila presenze, con una concentrazione forte di polacchi.

Il bilancio dello scorso anno fa ben sperare. L'Appennino modenese ha registrato un 20% in più di giornate di sci vendute e un incremento di circa il 23% in termini di fatturato. Gli imprenditori dell'Appennino bolognese hanno stimato invece addirittura un incremento delle presenze del 55%, grazie a una clientela bolognese e romagnola che ha riscoperto la montagna di casa. Bene anche il Reggiano, che ha registrato una crescita di circa il 10%. Ancora una volta gli operatori giocheranno la carta della convenienza, considerata vincente nell'attuale situazione di crisi economica, con la riproposizione di offerte low cost e di pacchetti competitivi e innovativi ■



Pubb

Pubb

Giuseppe Parenti, presidente dell'ente camerale: "Merito della diversificazione"

Anche a Piacenza è crisi Ma meno che altrove

di Giuseppe Sangiorgi

In un anno difficile più che mai per la crisi internazionale, la provincia di Piacenza, per qualche aspetto, si difende meglio di altre. "La caduta verso il basso si è fermata, e c'è qualche segnale di possibile ripresa - spiega il presidente Giuseppe Parenti, commentando i dati statistici consuntivi raccolti nei primi 11 mesi del 2009 in un nuovo ed inedito appuntamento con l'informazione economica - ma il tasso di crescita resta negativo e ci vorranno quattro o cinque anni per tornare alla situazione ante-crisi. Tuttavia, pur in presenza di motivi di reale preoccupazione, è anche vero che Piacenza, provincia in cui non esiste un vero e proprio distretto, bensì un'attività molto diversificata e fondata su microimprese familiari, ha saputo reggere l'impatto meglio di altri territori".

La demografia imprenditoriale, pur segnando una differenza negativa per 153 unità tra iscrizioni e cessazioni, è

migliore rispetto ad altre province emiliane come Parma e Reggio. Analogamente per gli effetti protestati (oltre 12 milioni di euro, inferiore al 2008), e per i fallimenti, con un trend abbastanza allineato all'anno precedente: sono infatti 35 le comunicazioni arrivate dal tribunale.

Soffrono di più le costruzioni, il commercio e l'agricoltura che accusa problemi di prezzi, anche se agroindustria e produzioni di nicchia si salvano. Bene la raccordistica nel settore industriale. Anche i dati del commercio estero, riferiti ai primi nove mesi del 2009, esprimono difficoltà: le importazioni e le esportazioni hanno subito una contrazione di analoga dimensione (meno 10% rispetto allo stesso periodo del 2008), ma pure in questo caso in misura meno pesante rispetto ad altri territori della regione.

Preoccupa il tasso di disoccupazione, destinato a salire in percentuale forse oltre la soglia dell'8%. "È questa l'e-

mergenza più forte dei prossimi mesi - sottolinea il presidente Parenti - quando si avvertiranno in modo netto sul fronte lavoro gli effetti della crisi e termineranno i periodi di cassa integrazione. L'obiettivo prioritario sarà fermare la possibile emorragia di posti di lavoro".

La dinamica della Cig è chiara: tra gennaio e novembre le ore di cassa integrazione ordinaria autorizzate nella gestione industria a Piacenza sono arrivate a 2 milioni 287.443 (contro le 152.105 autorizzate in tutto il 2008). Gli interventi di cassa integrazione straordinaria hanno conosciuto a loro volta una crescita molto rilevante: il monte ore autorizzato è passato dalle 312.052 del 2008 alle 652.423 di fine novembre. "A que-

A preoccupare sono soprattutto disoccupazione, che salirà oltre l'8% e stretta creditizia

LA STRATEGIA

Lo prevede il bilancio preventivo 2010
**Investite sul territorio
oltre il 40% delle entrate**

La presidenza di Giuseppe Parenti ha portato la Camera di commercio a investire una quota sempre maggiore del proprio bilancio in iniziative promozionali. Nel 2010, arriverà al 40,49%. Il preventivo per il 2010, porta a 2 milioni e 747.722 euro l'ammontare di risorse che saranno destinate a interventi economici sul territorio (quasi 400 mila euro in più rispetto al 2009).

La parte del leone nella ripartizione delle risorse la fa lo sviluppo imprenditoriale, che assorbe il 48% dello stanziamento disponibile (pari a 1,3 milioni), segue la priorità dedicata alla filiera agroalimentare (12% delle risorse, ben 332 mila euro) e quindi la globalizzazione (9%, pari a 245 mila euro). Quasi 230 mila euro sono stati destinati al pagamento delle quote associative correlate con gli interventi economici mentre lo sviluppo del turismo, così come l'istruzione e la formazione imprenditoriale, avranno a disposizione 190 mila euro, circa, ciascuno. Chiudono l'elenco lo sviluppo del territorio (116 mila euro), l'informazione economica (93 mila euro) e la regolamentazione dei mercati (46 mila) ■



Giuseppe Parenti

sto riguardo, assieme alla Provincia, abbiamo destinato risorse per imprese che assumeranno soggetti a rischio di espulsione dal mercato del lavoro”.

A destare apprensione è la stretta creditizia. Manca la liquidità, e i tempi di pagamento sono sempre più allungati. Per dar corso alle commesse che cominciano a ripresentarsi è necessario denaro. “Abbiamo la consapevolezza – dice il cavalier Parenti – che l’origine della crisi è finanziaria e avrà lunga durata. Per questo, la Camera di commercio ha modulato in prospettiva il sostegno del credito. L’intervento a favore dei Consorzi Fidi è passato da 400mila euro a 925mila euro nel 2009; altri 700mila andranno in questa direzione nel 2010”.

La Camera di commercio poi, da anni impegnata su questo fronte, ha trovato nel Comune di Piacenza un partner per arricchire il fondo messo a disposizione per agevolare l’accesso al credito delle imprese, che arriva così a 975mila euro. Le finalità di intervento del fondo sono molteplici: innovazione tecnologica, sviluppo imprenditoriale, nuove imprese e da

quest’anno, per rispondere alla crisi, esigenze di liquidità.

La somma ad abbattimento tassi (fino a 1 punto percentuale in ragione d’anno e 1,5% per imprese giovanili) viene destinata ai finanziamenti finalizzati agli investimenti rientranti nelle tipologie individuate, con intermediazione attraverso i Consorzi Fidi. “Si tratta di mettere a fuoco come il nostro sistema produttivo possa affrontare il domani e mantenere competitività – aggiunge il numero uno dell’ente di Piazza Cavalli – la ripresa sarà lenta, e inevitabile sarà una riduzione della compagine imprenditoriale, che vedrà resistere le realtà più innovative e capitalizzate. Cambierà anche il modo di affrontare il mercato. Le aziende dovranno sempre più intervenire sull’organizzazione produttiva cercando margini maggiori di efficienza sia lavorando sul mix dell’offerta che sulla leva commerciale. Potenziare la capacità di produrre qualità e innovazione può essere una via per uscire dal momento di difficoltà con nuove chance”.

A inizio 2009, la Camera di commercio ha dato uno stimolo al



mondo imprenditoriale con due bandi per finanziare, da un lato i progetti di check up aziendali e finalizzati all’innovazione (trovando un partner nella Fondazione di Piacenza e Vigevano) e, dall’altro, per contribuire agli oneri sostenuti dalle imprese per la brevettazione. Risorse, pari rispettivamente a 75mila e 50mila euro, saranno sicuramente riproposte nel 2010. “Anzi – aggiunge Parenti – i bandi saranno rimodulati per rendere più accessibili i fondi che vogliono indirizzare una crescita sostenibile, in particolare di quelle imprese sane che si ritrovano in difficoltà a causa della crisi e non per le loro debolezze strutturali. La Camera intende stipulare una convenzione con le associazioni di categoria e gli studi di consulenza in proprietà industriale, per assicurare alle imprese un servizio gratuito di prima informazione e di assistenza sull’iter di registrazione dei marchi e di deposito dei brevetti. Si è anche pensato di dare alle imprese la possibilità di avvalersi della rete Aster dei centri di innovazione e dei laboratori di ricerca”.

Oltre all’innovazione tecnologica, il

Il valore delle importazioni piacentine si è attestato a 1.712 milioni 629.046 euro. Le esportazioni hanno subito una contrazione, arrivando a 1.659 milioni 561.077 euro. Forte il calo nell’area Ue, meno 18,7%, contro un buon più 25% verso il mercato asiatico

Sono 31.859 le aziende registrate a Piacenza a fine novembre, 136 in meno rispetto a dicembre 2008. Le imprese attive invece risultano pari a 28.906

IL PROGETTO

Target principali, i lavoratori a rischio “emarginazione”

Un bando per favorire l’occupazione

Provincia e Camera di commercio di Piacenza hanno deciso di dar vita, congiuntamente, a un bando che destina contributi ai datori di lavoro privati che assumono lavoratori espulsi dal processo produttivo o a rischio di emarginazione nel mercato del lavoro. Lo stanziamento complessivo del bando è pari a 175mila euro. Per ogni attivazione di un contratto a tempo indeterminato è previsto (fino a esaurimento delle risorse finanziarie disponibili) il riconoscimento di un contributo a fondo perduto per ogni destinatario pari a: 4.500 euro se di età superiore ai 50 anni; 4mila euro nel caso di età inferiore ai 50 anni; 3.500 euro per colui che meno di 50 anni iscritto alle liste di mobilità o sospeso in Cigs. Destinatari dell’iniziativa sono lavoratrici di età superiore ai 35 anni, alla data di attivazione del rapporto di lavoro a tempo indeterminato, in posses-

so di uno dei seguenti requisiti: stato di disoccupazione da almeno 12 mesi; iscrizione nelle liste di mobilità; sospensione da imprese ammesse al trattamento straordinario di integrazione salariale. Del pari, sono destinatari del bando i lavoratori di età superiore ai 45 anni, alla data di attivazione del rapporto di lavoro a tempo indeterminato, in possesso di uno tra questi elementi: stato di disoccupazione da almeno 12 mesi; iscrizione nelle liste di mobilità; sospensione da imprese ammesse al trattamento straordinario di integrazione salariale.

Sarà possibile presentare la domanda di ammissione all’intervento, partito nell’ottobre scorso, fino al 31 ottobre 2010. Sarà quindi predisposta la graduatoria degli aventi diritto al contributo. Il bando è consultabile sul sito della Camera di commercio di Piacenza, www.pc.camcom.it ■



sostegno al credito e lo sviluppo dell'imprenditorialità, per il 2010 la Camera di Piacenza ha individuato altre sette linee strategiche: sviluppo del turismo e promozione del territorio; ampliamento del sistema imprenditoriale piacentino sui mercati esteri; valorizzazione della filiera agroalimentare e tutela dell'ambiente; rafforzamento della cultura imprenditoriale e della formazione orientata al lavoro; consolidamento dell'intervento camerale finalizzato alla regolazione dei mercati, alla tutela del consumatore e della fede pubblica; sviluppo del territorio; potenziamento dell'attività di informazione economica e di promozione dell'ente. "All'interno della prima priorità – spiega il presidente della Camera piacentina – vanno evidenziate le azioni a favore del settore del commercio. È necessario salvaguardare il centro storico mantenendo alta la qualità dell'arredo urbano, per renderlo più accessibile da parte dei piacentini e dei visitatori. Per questo – ricorda Parenti – abbiamo avviato un dialogo con il Comune e le categorie economiche per mettere a fuoco i problemi e individuare le proposte per animarlo sulla base di sinergie tra privati e istituzioni. Fondamentali i cantieri sullo Stradone Farnese, per la realizzazione e la futura gestione funzionale ed economica di due parcheggi interrati nelle aree ex Macello ed ex Caserma Cantore (in questo caso anche la riqualificazione a piazza). Personal-

mente, sarei favorevole anche a un parcheggio sotto Piazza Cavalli, come hanno tante città storiche".

Il turismo, prosegue Parenti, rappresenta una risorsa di primaria importanza per l'economia provinciale, soprattutto assieme ad altri fattori: ambiente, agricoltura, cultura, tradizione eno-gastronomica: "Il consolidamento dell'esperienza degli ultimi anni di realizzare un gioco di squadra con le altre istituzioni locali ha consentito al territorio di proiettarsi all'esterno alla pari di altri più 'blasonati' e di incrementare la sua visibilità. La pianificazione ha consentito a Piacenza di recuperare una dimensione turistica, fatta di un mix di ambiente, arte, cultura e storia oggi imprescindibile. Occorre proseguire in questa direzione, perché proprio in questo comparto che si gioca gran parte della competitività dei territori, con azioni concertate e sinergiche tra pubblico e privato".

Nuove prospettive in campo anche con il "belvedere sul Po". "In base ad un accordo tra Camera, Comune e Provincia di Piacenza, Fondazione di Piacenza e Vigevano – rivela il presidente dell'ente camerale – sta partendo il concorso a premi per raccogliere proposte ideative per la realizzazione di un punto panoramico sul fiume Po. Sarà orientato una struttura autonoma al viadotto, orientata a nord-ovest, con una superficie utile di 250 metri quadrati, idonea per ospitare un punto di osservazione ed uno di ristorazione.

La scadenza per la presentazione dei progetti è il 31 marzo e dopo un mese saranno proclamati i vincitori, quindi tempi stretti".

Nel frattempo, prosegue l'iter per dare concretezza all'idea della "cittadella del gusto", legata alla promozione e valorizzazione delle produzioni agricole tipiche locali. "Intanto è stata ceduta l'attività di collaudo di casse mobili e container della Imebep, società controllata dalla Camera, che mantiene invece l'immobiliare, con l'affitto di locali alla Dogana. Il patrimonio immobiliare è stato valutato circa 9 milioni di euro. Su questo esiste il nodo della destinazione urbanistica. Il progetto – spiega Parenti – è di reinvestire nel recupero della Cascina San Savino, collocata di fronte a Piacenza Expo per dare vita a un centro di valorizzazione e vendita dei prodotti tipici piacentini. La strada della valorizzazione delle produzioni tipiche – in sinergia con i Consorzi di tutela e con l'Università – è stata intrapresa dall'ente camerale molti anni fa, nella certezza che solo attraverso forme di integrazione è possibile conseguire i risultati più significativi in termini di miglioramento della qualità delle produzioni, di ricerca di nuovi mercati, di opportunità per le imprese. Oggi occorre un passaggio ulteriore: solo il perseguimento dell'eccellenza produttiva, esito di un processo continuo di ricerca e di miglioramento qualitativo, può distinguerci dal resto del mondo" ■

Al centro la sede della Camera di Commercio di Piacenza



di Giuseppe Sangiorgi

Premiati il calciatore Inzaghi, il "gastronauta" Paolini e il preside Gianfranco Piva

Una Coppa d'Oro in diretta nazionale

La Coppa Piacentina Dop: una vera e propria bandiera, un vanto della Piacenza del Po, dei cento campanili, delle verdi colline ha grande tradizione nella preparazione dei salumi e anche dei vini. È un territorio che si racconta attraverso l'intensità di una fetta di Coppa, accompagnata da un sorso di generoso Gutturino o di Ortrugo frizzante. Dal 2007 si riscopre attraverso il premio "Coppa d'oro", la kermesse promossa dalla Camera di commercio in collaborazione con il Consorzio dei salumi tipici piacentini e il Consorzio di tutela vini Doc "Colli piacentini"

per valorizzare e diffondere la conoscenza dei prodotti della gastronomia locale.

"Con il premio Coppa d'Oro - dice il presidente della Camera di commercio Giuseppe Parenti - vogliamo comunicare la qualità, la tradizione, l'eccellenza, simboleggiati da questo salume, che testimonia la ricchezza delle nostre terre e l'ospitalità delle nostre genti. La Coppa è il vero 'biglietto da visita' della provincia piacentina, unica in Italia a fregiarsi di tre Dop".

La Coppa Piacentina Dop è un salume con un disciplinare molto rigido e accuratissimi controlli di qualità: la ricetta - la stessa da millenni - garantisce risultati eccellenti ed è divenuta ormai un obiettivo "goloso" per i turisti e i visitatori gourmet che raggiungono la provincia di Piacenza.

Per questa terza edizione, la Camera di Commercio del presidente Giuseppe Parenti è andata in goal. Nella cornice del Palazzo Gotico di Piazza Cavalli sono stati infatti premiati, con la pregevole statuetta raffigurante una "razdura" opera di Graziella Bertante, personalità dello sport, della cultura e del giornalismo che si sono distinte nella loro attività professionale. Il riconoscimento è andato infatti al calciatore campione del mondo Filippo "Pippo" Inzaghi, piacentino doc e bomber infinito del Milan, a Davide Paolini, giornalista e scrittore, noto ormai come "gastronauta", a Gianfranco Piva, preside uscente dopo 21 anni, della Facoltà di Agraria di Piacenza, e, alla memoria, a Pietro Fumi, gourmet profondo

conoscitore delle tradizioni e storico presidente della Accademia della Cucina Piacentina.

Grazie a Filippo Inzaghi che ha dichiarato "il suo orgoglio ad essere scelto come simbolo di Piacenza" la Coppa è andata in diretta su Sky Sport 24, oltrepassando i confini tradizionali. D'altra parte se il gastronauta Paolini non ha remore ad affermare che "una coppa stagionata a lungo è meglio di un culatello", è giusto l'orgoglio di cercare una ribaltata e scenari gastronomici importanti per questo prodotto, gloria di sedici salumifici.

"C'è una qualità altissima, garantita da continui controlli e da un rigoroso rispetto del disciplinare di produzione - ricorda il presidente del Consorzio di Tutela dei Salumi DOP piacentini Roberto Ferri - che permettono a questa eccellenza ancora notevoli potenzialità". Piacenza deve far conoscere la sua Coppa, comunicando la qualità e il territorio che la esprime, attraverso uno sforzo di divulgazione culturale e narrazione. Su questo messaggio chiaro hanno concordato Davide Rampello, presidente della Triennale di Milano, Annamaria Testa, docente dell'università Bocconi, Michele Mezza, scrittore e vicedirettore di Rai International, e lo stesso Davide Paolini, che sono intervenuti in qualità di esperti al convegno "Comunicare la qualità". È questo l'alfabeto su cui la Coppa può approdare a mercati più vasti sicuramente meritati, mantenendo il doveroso equilibrio che si addice a un prodotto di nicchia ■

Omaggio speciale a Pietro Fumi, storico presidente dell'Accademia della Cucina Piacentina

L'INDAGINE

La ricerca della "Cattolica" Innovazione per la sicurezza alimentare

Antiche ricette e tradizioni, ma anche ricerca e innovazione, in un continuo sforzo per affinare la qualità e garantire la sicurezza alimentare. Anche questo significa Coppa Piacentina, oggetto di una ricerca dell'università Cattolica, coordinata dal professor Gianfranco Piva, che potrà essere utile a un ulteriore miglioramento qualitativo del prodotto. Il sistema di valutazione messo a punto sulle caratteristiche chimico, fisico ed organolettiche del salume, eseguite con tecnologie innovative ed oggettive, permette di distinguere la coppa di un salumificio dall'altro, evidenziando le proprietà e le influenze della fondamentale ultima fase della stagionatura (che non può essere inferiore a sei mesi) sul prodotto. L'approccio scientifico di questa ricerca potrà consentire sviluppi anche in altri segmenti del comparto alimentare ■



La Costantini di Piacenza, specializzata nel recupero e smaltimento dei condizionatori

Gas frigoriferi "Peggior della CO2"

di Roberto Calvi

Ambiente e sicurezza. Temi più che mai attuali, che riempiono le pagine dei quotidiani, alimentano dibattiti e rientrano con urgenza sempre maggiore nelle agende di istituzioni e di enti pubblici. Ma ambiente non significa soltanto ridurre le emissioni e sviluppare sistemi di produzione di energia alternativa. La parola a Dario Costantini, presidente di CNA Piacenza e responsabile gestione impianti della Costantini, azienda leader in provincia nel recupero e smaltimento degli impianti di condizionamento.

È vero che in Italia manca ancora sensibilità nei confronti di questo settore?

"Assolutamente. Manca attenzione al problema. Una cattiva manipolazione dei gas frigoriferi può causare danni ingenti: basti pensare che questi gas hanno nel surriscaldamento del globo una potenza - a parità di peso - 1.600 volte superiore a quella dell'anidride carbonica in un arco temporale di cento anni. Vista l'enorme diffusione degli impianti di condizionamento il pericolo è evidente. Per fortuna, grazie all'impegno dell'Unione Europea, dal 1 gennaio 2010 il Freon 22 - il gas HCFC più diffuso - potrà essere utilizzato solo se rigenerato e sarà fatto obbligo ai possessori di impianti con gas HCFC e HFC di tracciare la manutenzione delle apparecchiature con Libretti o Registri di Impianto. Tutte le operazioni necessarie a monitorare il funzionamento corretto degli impianti e la prevenzione di perdite nell'atmosfera necessitano di operatori preparati e strumentazioni certificate".

Tutto questo riguarda anche i normali condizionatori domestici?

"Il problema riguarda soprattutto gli impianti civili, che a differenza di quelli industriali non sono ancora soggetti a controlli e non necessitano

delle stesse certificazioni di sicurezza. Oggi uno split ad uso domestico - il classico condizionatore che molte famiglie hanno in casa - ha un prezzo decisamente abbordabile: meno di mille euro, addirittura 700, installazione compresa, se si acquista un prodotto cinese. Pochi sanno però che per smaltire correttamente uno di questi apparecchi si arriva a spendere praticamente la stessa cifra, tra intervento, trasporto e stoccaggio. Un frigorifero che non funziona più si può portare dal rivenditore che si occupa gratuitamente dello smaltimento. La stessa cosa non si può fare con un condizionatore. E chi è disposto a spendere una cifra così alta per liberarsi di un vecchio condizionatore? Il rischio è che finiscano nei cassonetti o ai lati delle strade, proprio come è successo con l'amianto".

La sua è la prima azienda piacentina a poter smaltire i condizionatori e recuperare i gas refrigeranti secondo le norme di Kyoto.

"Abbiamo la fortuna di avere, tra i

nostri clienti, gruppi molto attenti all'ambiente che ci hanno stimolato persino a precorrere gli obblighi di legge. Un esempio? Ancora prima che entrasse in vigore il DPR 147 - il Libretto di manutenzione per impianti di condizionamento - abbiamo compilato un nostro libretto per i condizionatori, partendo dal Libretto di manutenzione per le caldaie. Poi è arrivato il decreto".

Azioni legislative più rapide, dunque.

"La materia è complessa e gli iter legislativi sono spesso molto lunghi. Fortunatamente la produzione normativa degli ultimi anni è stata assai florida, stimolata da quei Paesi dove la sensibilità reale alle problematiche ambientali è più viva. Servono però gli sforzi di tutti per concentrare l'attenzione intorno a questo tema, perché l'ambiente non può aspettare" ■

Dal primo gennaio regole più severe per la manutenzione. "Più attenzione agli impianti civili"



Dalla Regione un'analisi dettagliata basata sull'Archivio statistico delle imprese attive

Imprese ai raggi x La parola ai dati Istat

Il primo passo per reagire alla crisi finanziaria ed economica è conoscere dettagliatamente il sistema produttivo regionale, quantificarne l'entità, analizzarne il grado di solidità, ma anche le criticità e gli assi nella manica. Perché se il tessuto imprenditoriale emiliano-romagnolo è una risorsa preziosa, è indispensabile sapere quanto vale, com'è strutturata e quali sono le sue peculiarità rispetto al resto del Paese e i punti di forza rispetto ai concorrenti europei. Una mappa aggiornata della realtà economica regionale la offre ora il volume "La struttura

produttiva dell'Emilia-Romagna. Una lettura attraverso l'Archivio statistico delle imprese attive", dossier realizzato dal Servizio di Controllo strategico e Statistica della Regione e presentato in ottobre nel corso di un convegno organizzato dalla Regione stessa in col-

laborazione con Istat, Sistan (Sistema statistico nazionale), Provincia e Comune di Modena. Il rapporto presenta informazioni e analisi raccolte grazie all'utilizzo integrato di fonti diverse, amministrative e statistiche. Operazione resa possibile dall'uso dei dati dell'Archivio statistico delle imprese attive, che ha fornito una panoramica del mondo imprenditoriale locale aggiornata al 2007, e la sua evoluzione a partire dal 2001.

Primo fattore da considerare, la forza del sistema: la regione nel 2007 può contare su un esercito di 387mila imprese, in cui lavorano un milione e 676mila addetti. Esercito che sempre di più punta a unire le forze. Sono tante le piccole imprese che si strutturano per gruppi e in reti, dando vita a un "meccano" produttivo strettamente connesso. Una strategia per competere con maggior successo anche sui mercati internazionali. Nel 2006 risultano infatti 8.293 i gruppi di imprese in Emilia-Romagna, il 12% del totale dei gruppi presenti

in Italia. Ne fanno parte complessivamente 24.268 imprese. Si tratta di gruppi di piccole dimensioni, in genere controllati dall'interno della regione stessa, visto che nell'82,8% dei casi i vertici sono in Emilia-Romagna.

Ma quanto valgono le imprese della regione? Nel 2006 tre quarti hanno fatturato meno di 200 mila euro annui. Appena lo 0,2% delle imprese fattura più di 50 milioni, sebbene queste ultime assorbino il 18,5% dell'occupazione complessiva. Nel complesso dunque le piccole e medie imprese, quelle cioè con meno di 250 dipendenti e un fatturato che non supera i 50 milioni di euro, nel 2006 sono il 99,8%. Di queste, 355.393 (93% del totale)

Cresce il terziario,
resta forte
la manifattura.
In lieve progresso
la dimensione media

produttiva dell'Emilia-Romagna. Una lettura attraverso l'Archivio statistico delle imprese attive", dossier realizzato dal Servizio di Controllo strategico e Statistica della Regione e presentato in ottobre nel corso di un convegno organizzato dalla Regione stessa in col-

IL CONFRONTO

Emilia-Romagna tredicesima nell'Ue per occupati nell'industria Motore della manifattura europea

C'è una prospettiva inedita, tra quelle offerte dal rapporto statistico sul sistema produttivo, che mette in luce non solo la storica propensione degli emiliano-romagnoli a intraprendere, ma anche il ruolo dell'Emilia-Romagna come uno dei principali motori dell'economia europea. Il rapporto mette infatti la regione in relazione con le altre 266 presenti in tutta Europa. Tra queste l'Emilia-Romagna si colloca al tredicesimo posto per tasso di occupazione manifatturiera, risultando terza in Italia dopo Marche e Veneto (all'ottavo posto

nell'industria alimentare, sesta per i prodotti metallici, quarta per la meccanica). La forte vocazione manifatturiera è comprovata da un'incidenza settoriale degli addetti sulla popolazione che supera di oltre il 50% la media italiana ed è quasi doppia di quella media europea. Inoltre nell'ambito delle diciotto principali regioni manifatturiere europee, figura tra quelle in cui il ruolo trainante dell'industria appare più evidente tra il 2001 e il 2005, sia per la tenuta dell'occupazione che per la crescita della dimensione d'impresa. ■



sono microimprese con meno di 10 addetti e un fatturato inferiore ai 2 milioni di euro all'anno. Sono queste a dare lavoro al 42,6% degli addetti totali. Stime che confermano un sistema economico caratterizzato da imprese di piccole dimensioni.

E microimprenditorialità si conferma la parola d'ordine del sistema anche dal punto di vista della forma giuridica prevalente, caratterizzata da imprenditoria individuale (60,6%), liberi professionisti e lavoratori autonomi, ma in misura inferiore che nel resto del Paese. Spicca al contrario una maggiore concentrazione nelle forme giuridiche più complesse. Nel 2006 l'Emilia-Romagna è fra le regioni italiane con la quota più alta di società di capitali, dopo Lazio e Lombardia, in sensibile aumento rispetto al 2001. Realtà però di dimensioni inferiori di quelle medie italiane per quanto riguarda le società per azioni (che hanno in media 84,7 addetti rispetto a una media nazionale superiore ai 100) ma di dimensioni significative per

quanto riguarda le cooperative, con una media di 45,5 addetti, contro i 20,7 delle cooperative nazionali. Peculiarità regionale si conferma infatti lo sviluppo di forme solidaristiche di impresa, con un comparto cooperativo composto da imprese leader sui mercati di appartenenza e che assorbe l'11,2% dei lavoratori totali, quasi il doppio rispetto agli addetti della cooperazione in Italia, dove la quota scende al 6%.

Per capire dove focalizzare le politiche di incentivazione e di sviluppo è fondamentale individuare quali siano i settori trainanti dell'economia regionale. I dati forniti da Asia offrono informazioni preziose anche in questo senso. È il terziario, con commercio, alberghi e altri servizi, a prevalere in termini sia di imprese (oltre 278 mila, pari al 72% del totale) sia di addetti (circa 967 mila, pari al 58% del totale), mentre l'industria in senso stretto e le costruzioni, pur rappresentando solo il 28% del totale delle imprese, utilizzano il 42% degli addetti.

Più in dettaglio, i settori di attività economica più consistente sono



LA STRATEGIA

Il primo esempio di uso integrato di dati amministrativi a fini statistici

Asia, una miniera di informazioni sulle imprese

Il rapporto "La struttura produttiva dell'Emilia-Romagna" è stato possibile grazie alla ricchezza di informazioni relative alle imprese raccolte da Asia, l'Archivio statistico delle imprese attive. Nato nel 1996 e aggiornato annualmente dall'Istat, Asia rappresenta il primo esperimento italiano di utilizzo generalizzato e integrato di dati amministrativi a fini statistici.

Spesso infatti l'indagine statistica rappresenta per le imprese un'ulteriore richiesta di informazioni, domande a cui gli operatori economici devono nuovamente rispondere dopo aver già fornito le stesse informazioni, seppur con schemi e classificazioni differenti, per fini amministrativi. Un fenomeno che non solo determina una moltiplicazione di costi per le imprese e per la Pubblica amministrazione, ma anche frequenti rifiuti a rispondere ai questionari statistici. Per alleggerire il carico delle rilevazioni statistiche gravante soprattutto sulle imprese, i dati di Asia sono dunque il risultato dell'incrocio di più fonti, attraverso soluzioni innovative di tipo organizzativo, per rendere più efficienti i rapporti con gli enti che detengono gli archivi. Asia fornisce non solo informazioni sui settori economici e sulle relazioni societarie dell'impresa, ma anche indicazioni aggiuntive integrate tra loro come il numero di addetti o la classe di fatturato in cui si colloca.

Il rapporto è stato inoltre realizzato con il contributo dell'esperienza sviluppata nell'elaborazione integrata di dati dell'Ufficio statistico del Comune di Modena. Infine l'appartenenza dell'Ufficio statistico regionale al Sistan (Sistema statistico nazionale) permette non solo di produrre ma anche di utilizzare informazioni di statistica ufficiale già a disposizione del Sistema ■





IL CASO

Come cambia il mondo dell'hi tech Dinamico, sempre più specializzato. E dal peso crescente

Sono i driver principali per la crescita economica, in grado di produrre benefici per l'intero tessuto economico e sociale. Così la Commissione europea descrive i settori ad alta tecnologia, indicando le imprese hi-tech vitali per la competitività del territorio. Il rapporto presentato dalla Regione offre un'ulteriore lettura dei dati Asia, basata sull'intensità tecnologica e sul contenuto di conoscenza della struttura produttiva regionale.

Nel 2006 le imprese emiliano-romagnole operanti nei settori hi-tech sono 11.831 (3,1% il peso sul tessuto produttivo regionale e 3,7% il peso in termini di occupazione). Circa tre quarti si occupano di servizi tecnologici, con attività riconducibile all'informatica. Il manifatturiero ad alta densità tecnologica rappresenta invece quasi un quarto delle imprese hi-tech. Il campo è dominato da apparecchi medicali, di precisione e strumenti ottici.

L'analisi evidenzia per il settore segnali di particolare dinamicità e un crescente grado di specializzazione. Il peso dell'hi-tech aumenta nel comparto manifatturiero, con una dimensione di impresa in conti-

nua crescita, grazie anche alla tendenza alla concentrazione. Se il settore dei servizi tecnologici è in fase di trasformazione strutturale, il manifatturiero hi-tech appare dunque come più stabile e in via di consolidamento, con una diminuzione del numero delle imprese attive.

In crescita la ramificazione dell'attività produttiva di queste imprese, con un aumento delle aziende con più localizzazioni e degli addetti, quindi degli investimenti e delle presenze produttive delocalizzate, nelle reti internazionali. Nonostante il peso dei settori hi-tech sia ancora complessivamente contenuto, l'Emilia-Romagna presenta nel confronto con l'Italia un numero di addetti nei settori tecnologicamente più avanzati più alto della media nazionale. La vera specializzazione si realizza nei settori a medio alta intensità tecnologica, la cui componente fondamentale, la meccanica, ha trainato in questi anni le esportazioni regionali verso l'estero. Più ridotto è invece l'orientamento verso i settori a bassa intensità tecnologica, che sono anche quelli più soggetti alla concorrenza dei paesi emergenti ■

quelli immobiliari, noleggio, informatica, ricerca, servizi alle imprese (25% delle imprese e 14,6% degli addetti), commercio e riparazioni (24,1% delle imprese e 18,3% degli addetti), costruzioni (15,2% delle imprese e 9,9% degli addetti), attività manifatturiere (12,8% delle imprese e 32,4% degli addetti). Sul totale manifatturiero prevale il ruolo della metalmeccanica (45,4% delle imprese), seguono industrie alimentari, tessili, abbigliamento e cuoio. L'Emilia-Romagna è inoltre una regione a forte vocazione artigiana. Anche se la sua incidenza è calata del 2% rispetto al 2001, il comparto artigiano resta molto radicato nel tessuto imprenditoriale, con 129mila imprese attive nel 2006, pari al 34% del totale regionale, mentre a livello nazionale si fermano al 29%.

A caratterizzare lo sviluppo delle imprese tra il 2001 e il 2006 è una crescita accompagnata da una diminuzione della frammentazione. Perché le imprese sono cresciute di più in termini di occupazione (più 8,8%) piuttosto che nel numero (più 5,2%). Il risultato è un aumento della dimensione media passata da 4,1 addetti del 2001 ai 4,24 del 2006, dove la media italiana è invece di 3,88 lavoratori. Nello stesso periodo si è ridotta del 2% l'incidenza del lavoro indipendente, che nel 2006 riguarda il 32,3% degli addetti. Cresce il numero medio degli addetti in particolare nel complesso degli altri servizi, mentre la minore frammentazione assume particolare rilievo nel commercio. Diminuiscono le imprese dell'industria in senso stretto ma la tendenza è opposta per le imprese del settore delle costruzioni, il più polverizzato con 2,8 addetti in media.

Altra caratteristica che rende il mondo delle imprese dell'Emilia-Romagna particolarmente dinamico, l'apertura della struttura produttiva, testimoniata dall'incremento del numero di unità locali di imprese regionali presenti in altre regioni italiane, che nel 2006 ha superato il numero di quelle di imprese di altra regione presenti in Emilia-Romagna (9.174 contro 8.854) ■

Pubb

Pubb

IMPRESA SOCIALE: CINQUANTA VOLTE TANTO

È il potenziale di sviluppo dell'imprenditorialità sociale in Italia. Un settore che già conta su 15.000 imprese, 350.000 addetti, 10 miliardi di euro di giro d'affari.

L' Economia Sociale in Europa rappresenta 10% delle imprese (circa 2 milioni imprese) e 6% di occupati (più stabile delle media europea)

Il premio Nobel per la Pace 2006, Muhammad Yunus, fondatore della Grameen Bank, nel suo libro "Un mondo senza povertà" individua l'impresa sociale come strumento di promozione del benessere e della coesione sociale. L'impresa sociale è uno dei fenomeni più innovativi e dinamici che si sviluppa grazie a una notevole varietà di forme organizzative e di beni prodotti.

Quante sono le imprese sociali in Italia? Quanti sono gli occupati e i beneficiari dei beni e servizi prodotti da queste imprese? A quanto ammonta il loro giro d'affari?

Queste ed altre domande trovano risposta all'interno del "Rapporto sull'impresa sociale" (Donzelli Editore, 2009) pubblicato da Iris Network, la rete italiana degli istituti di ricerca sull'impresa sociale, con l'obiettivo di monitorare l'evoluzione di questo nuovo fenomeno imprenditoriale.

Dal rapporto emerge che in Italia esistono 15.000 imprese sociali, con 350.000 addetti, 10 miliardi di euro di giro d'affari e circa 10

milioni di utenti. Si tratta di un settore che potrebbe ancora crescere molto: sono infatti 500.000 le imprese (pari all'11% del totale) e 1.500.000 gli addetti (pari all'8,1% dell'occupazione totale) che - secondo le stime dell'ISTAT - operano in settori come sanità, assistenza sociale, cultura, sport e ricreazione; quindi ambiti di attività particolarmente promettenti per l'avvio di iniziative imprenditoriali con finalità sociale.

Non è solo una questione di numeri, ma si tratta di una crescita qualitativa che trova nel capitale umano (dipendenti, volontari) il suo principale asset in termini di competenze, creatività e motivazione. I dati presentati nel rapporto evidenziano il crescente contributo in termini occupazionali delle imprese sociali. Inoltre emerge una capacità specifica delle imprese sociali nel creare posti di lavoro in grado di soddisfare elementi motivazionali non riconducibili solamente al parametro della retribuzione economica. Come afferma Paolo Venturi, direttore di AICCON (Associazione Italiana per la promozione della Cultura della Cooperazione e del Non Profit), tra gli autori del volume: "Il rapporto porta a compimento la polarizzazione tra "market" e "non market" del Terzo Settore, distinguendo fra le organizzazioni non profit quelle che svolgono

attività di advocacy da quelle che svolgono attività di produzione di utilità sociale".

Cosa manca dunque per favorire il pieno sviluppo dell'impresa sociale in Italia? "Vere e proprie politiche, con risorse dedicate per sostenere start-up e innovazione - sostiene Flaviano Zandonai, segretario di Iris Network e curatore del libro con il professor Carlo Borzaga, docente dell'Università di Trento - e che siano in grado di rispondere al crescente interesse non solo dei soggetti nonprofit, ma anche delle imprese tradizionali e degli enti locali".

Ora è anche possibile iscriversi ai Registri delle imprese delle Camere di Commercio, secondo le modalità previste da un decreto del Ministero dello Sviluppo Economico (GU n. 239 del 14-10-2009 - Suppl. Ordinario n.188). Si apre un nuovo spazio per l'impresa sociale che aspetta solo di essere riempito. Ora si vedrà chi davvero è interessato a promuovere l'impresa sociale in Italia oltre i recinti delle forme giuridiche e dei settori di attività. "Sarebbe opportuna - aggiunge Flaviano Zandonai - una campagna informativa per dire che la legge c'è e che, anche se non ci sono incentivi diretti, può comunque essere uno strumento utile per dare veste imprenditoriale ad attività che magari operano già in questo senso".

Nella foto, Carlo Borzaga (Università di Trento) Stefano Zamagni (Università di Bologna) Giuliano Poletti presidente di LegacoopNazionale



Istituzioni non profit e addetti

Istituzioni non profit	2001		2007	
	Istituzioni	Addetti	Istituzioni	Addetti
Con addetti	38.121	488.523	41.742	629.706
Totale	235.232	488.523	257.579	629.706

Fonte: Istat, Censimento delle imprese e dei servizi. Anno 2001 e nostre stime



LA DEFINIZIONE

A quasi dieci anni dalla sua prima formulazione, la definizione elaborata dal network europeo Emes si conferma come una delle più solide dal punto di vista teorico e inoltre è applicabile a una molteplicità di esperienze. Secondo questa definizione l'impresa sociale è un soggetto giuridico privato e autonomo (dalla pubblica amministrazione e da altri soggetti privati), che svolge attività produttive secondo criteri imprenditoriali (continuità, sostenibilità, qualità), ma che persegue, a differenza delle imprese convenzionali, un'esplicita finalità sociale che si traduce nella produzione di benefici diretti a favore di un'intera comunità o di soggetti svantaggiati. Essa esclude la ricerca del massimo profitto in capo a coloro che apportano il capitale di rischio ed è piuttosto tesa alla ricerca dell'equilibrio tra una giusta remunerazione di almeno una parte dei fattori produttivi e le possibili ricadute a vantaggio di coloro che utilizzano i beni o i servizi prodotti. Un'impresa quindi che può coinvolgere nella proprietà e nella gestione più tipologie di stakeholder (dai volontari ai finanziatori), che mantiene forti legami con la comunità territoriale in cui opera e che trae le risorse di cui ha bisogno da una pluralità di fonti: dalla pubblica amministrazione (quando i servizi hanno una natura meritoria riconosciuta), dalle donazioni di denaro e di lavoro, ma anche dal mercato e dalla domanda privata.

A dare una definizione dell'impresa sociale è il d.lgs 155/2006 "possono acquisire la qualifica di impresa sociale tutte le organizzazioni private, ivi compresi gli enti di cui al libro V del codice civile, che esercitano in via stabile e principale un'attività economica organizzata al fine della produzione o dello scambio di beni e servizi di utilità sociale diretta a realizzare finalità di interesse generale, e che hanno i requisiti di cui agli art. 2 (utilità sociale), 3 (assenza scopo di lucro) e 4 (autonomia da enti pubblici e for profit)". L'importanza di una legge è legata alla legittimazione legislativa di un fenomeno culturale, sociale ed economico già fortemente radicato ma difficile inquadramento normativo ed alla eliminazione di ostacoli all'esercizio dell'impresa (sociale) da parte di enti non profit.

Impresa sociale: elemento per sviluppo e competitività dei territori

Il ruolo dell'impresa no profit è di essere produttore di Capitale Sociale (cooperazione, fiducia, reciprocità, coesione sociale, partecipazione). L'impresa sociale opera nella frontiera della risposta ai nuovi bisogni alla persona (si pensi alle conseguenze di aumento demografico, precarietà crescente dei rapporti di lavoro, esclusione sociale di seg-

menti significativi della popolazione) con sempre maggiore rilevanza economica ed occupazionale. E' propulsiva di una innovazione sociale che il professor Borzaga definisce come "ogni soluzione nuova ad un problema collettivo che si dimostra più efficace, efficiente e sostenibile". Un concetto ampio che comprende micro finanza, housing sociale, commercio equo e solidale, inserimento lavorativo dei soggetti svantaggiati.

Le caratteristiche del Terzo Settore in Emilia-Romagna

Secondo dati rielaborati da Aiccon, il no-profit in senso lato è composto da oltre 700 cooperative sociali (comprendendo quelle di tipo A, che gestiscono servizi socio-assistenziali, sanitari ed educativi; e di tipo B, che svolgono attività agricole, industriali, commerciali o di servizi finalizzate all'inserimento di persone svantaggiate o disabili). Le organizzazioni di volontariato superano quota 2700, mentre sono più di 2000 le associazioni di promozione sociale.

Bisogna poi considerare le Fondazioni presenti in Emilia-Romagna, circa 450, e che in regione sono presenti oltre 13.000 associazioni non iscritte ai registri, che quindi non risultano censite. A queste realtà si rivolge il protocollo tra **Unioncamere e Forum Terzo Settore dell' Emilia-Romagna** che prevede la costituzione, con il supporto scientifico di AICCON, di un **Osservatorio Regionale sull'economia sociale** per migliorare la conoscenza del sistema no profit attraverso l'elaborazione di rapporti congiunti sulla situazione del Terzo Settore in Emilia-Romagna e sulle prospettive di sviluppo.

L'**Osservatorio** permetterà di quantificare l'apporto dell'economia sociale nell'economia regionale. L'attività dell'Osservatorio, inoltre, sarà finalizzata alla definizione di indicatori alternativi che diano rilievo all'impatto sociale delle attività svolte dal Terzo settore. Una seconda linea di attività, che sarà implementata nel corso del 2010, riguarda la promozione di azioni congiunte per facilitare la semplificazione amministrativa e la conoscenza della normativa sull'impresa sociale con lo scopo di favorire un'ulteriore diffusione dell'imprenditoria sociale in Emilia-Romagna.



In alto, Giulio Ecchia, docente all'Università di Bologna e Stefano Zamagni, presidente Agenzia per le Onlus

LE GIORNATE DI BERTINORO PER L'ECONOMIA CIVILE

Oltre duecento partecipanti alla nona edizione. Firmato un protocollo d'intesa tra AICCON e Forum Nazionale del Terzo Settore

Sul sito www.legiornatedibertinoro.it, il report dell'evento, relazioni ed immagini

Le Giornate di Bertinoro per l'Economia Civile promosse da AICCON, sono il laboratorio di studio e di confronto che riunisce annualmente nella suggestiva rocca dell'antico borgo romagnolo i maggiori rappresentanti italiani del mondo del Terzo Settore, dell'Università, delle Istituzioni e delle imprese.

Molti addetti ai lavori ed esperti definiscono l'evento la "Cernobio dell' Economia Civile", considerandolo l'appuntamento di proposta e formazione più autorevole in Italia sui temi che vedono profit e nonprofit contribuire congiuntamente al processo di "umanizzazione" e "civiltà" dell'economia.

Gli incontri, gli interventi e le rilevazioni hanno definito, dal 2001 ad oggi, le tendenze più rilevanti del settore Non Profit e dello scenario economico del nostro Paese. La nona edizione delle Giornate di Bertinoro, ha coinvolto oltre 200 partecipanti per discutere sulle future sfide del settore Non Profit: il ruolo dell'economia civile in Italia, la costruzione di modelli e politiche in una società investita da repentini cambiamenti, le prospettive e l'impatto che avrà il Federalismo Fiscale nella costruzione di nuovi modelli di welfare e, infine, come riuscire a rendere effettivo il riconoscimento e la valorizzazione dell'economia sociale, ossia quella parte dell'economia indispensabile a garantire equità e sviluppo nella nostra società.

Si è entrati nel tema di quest'anno "L'economia civile nella società del rischio" con la tavola rotonda moderata da Giulio Ecchia (Università di Bologna), con la partecipazione di Stefano Zamagni (presidente Agenzia per le Onlus), Mauro Magatti (Cattolica

di Milano) e Pier Luigi Sacco (IUAV di Venezia).

Il rischio del Terzo Settore è un aspetto centrale del tema delle Giornate di quest'anno: nel suo intervento Stefano Zamagni si è chiesto quali siano gli ambiti dell'Economia Civile per fronteggiare il rischio endogeno? "Infatti, fino a tempi recenti il rischio era esogeno, dipendente dai rischi di natura. La novità di questa nostra epoca è quella di aver endogenizzato il rischio, il quale dipende dall'economia e dalla società. Nei confronti del rischio endogeno non può esistere, per principio, alcuna assicurazione. L'Economia Civile - nelle condizioni storiche attuali - è la migliore forma di assicurazione nella società del rischio."

Nell'occasione è stata presentata dal direttore Guido Caselli un'indagine a cura del Centro Studi Unioncamere Emilia-Romagna dal titolo "Economia Civile e Sviluppo: dimensioni e prospettive nella società del rischio". Cresce in Italia il numero delle cooperative (+ 3,9% dal 2000 al 2009, in cifre assolute sono 150.851) e quello delle cooperative sociali (+112,3% dal 2000 al 2009: variazione calcolata su dato 2009 Registro imprese e dato 2001 Istat), mentre il totale delle imprese aumenta solo dell'1,8% negli ultimi 9 anni.

Il fenomeno "impresa sociale" si sta diffondendo sempre di più come testimoniano i dati sull'occupazione: il numero di dipendenti tra il 2003-2006 è aumentato del 16% nelle imprese, mentre l'aumento è del +30% nelle imprese sociali.

Andrea Olivero e Franco Marzocchi hanno firmato un protocollo d'intesa fra il Forum Nazionale del Terzo Settore e AICCON.



"Ritrovarci a pensare" è la sfida che vogliamo insieme affrontare - così ha commentato Andrea Olivero, portavoce del Forum del Terzo Settore.- Questo accordo sancisce e rafforza la partnership da tempo esistente ed assume una valenza ancora maggiore in questo particolare momento. Alla luce infatti di quella nuova stagione costituente indicata dal Ministro Sacconi, il Forum del Terzo Settore sta predisponendo un Libro Verde con l'intento di offrire un'analisi delle principali questioni e la conseguente identificazione di una scaletta di priorità e proposte. E in questo approfondito lavoro di studio ed elaborazione vediamo essenziale la presenza di partner strategici come AICCON".

Franco Marzocchi, presidente di AICCON ha sottolineato che "La vera sfida che il Terzo Settore è chiamato ad affrontare nei prossimi anni è di tipo culturale ed AICCON è orgogliosa di stipulare questo accordo e collaborare con il Forum Nazionale del Terzo Settore".



In alto da sinistra, Paolo Venturi, Franco Marzocchi, direttore e presidente di AICCON accanto a Andrea Olivero portavoce del Forum Terzo settore

Sotto, Patrizia Toia europarlamentare e Carlo Borzaga, presidente Euricse



IL BILANCIO SOCIALE: RIMINI IN PRIMA FILA

Per promuovere una cultura Imprenditoriale che considera inseparabili benessere sociale ed economia, è fondamentale l'esempio della rete delle Camere di commercio ed il ruolo che possono esercitare nei sistemi di misurazione del Valore Aggiunto Sociale. Uno strumento è il bilancio sociale.



Dopo l'esperienza di Unioncamere Emilia-Romagna, giunta al suo terzo bilancio sociale (secondo di sistema), anche una Camera di Commercio della regione ha tagliato questo traguardo. Il primato è della Camera di Rimini prima a pubblicare il proprio bilancio Sociale, riferito all'anno 2008. "Accanto a quella economica - spiega il presidente Manlio Maggioli - si è infatti ritenuto indispensabile proporre una rendicontazione sociale che desse conto della ricaduta che la propria attività ha su tutti i portatori di interessi, agli stakeholder". Accanto ai valori degli investimenti fatti, alle quote di partecipazione possedute in diverse società, al novero delle iniziative realizzate, il Bilancio Sociale è, infatti, uno strumento che permette di leggere "oltre" i numeri, i dati, le statistiche, le percentuali, andando a sottolineare cosa questo significhi in termini sociali, raccontandolo apertamente in maniera chiara e semplice a tutti.

"La Camera di commercio, in qualità di ente pubblico - aggiunge

Maggioli - ha sentito la necessità di rendicontare la propria attività per precisare come viene investito il denaro raccolto dalle imprese attraverso il diritto annuale".

Il Bilancio Sociale 2008, nella cui realizzazione la Camera di commercio di Rimini si è avvalsa della collaborazione di Retecamere, è stato costruito a partire dall'individuazione degli stakeholder, ovvero dei portatori di interesse, tenendo presente che le attività della Camera di commercio, sia di tipo amministrativo che promozionali, sono rivolte alle imprese e allo sviluppo del territorio attraverso le relazioni con vari soggetti: le associazioni di categoria, che rappresentano le imprese; i professionisti consulenti delle imprese, notai, commercialisti, avvocati; gli enti pubblici locali, con i quali l'ente camerale promuove importanti iniziative per lo sviluppo del territorio; la pubblica amministrazione centrale, rappresentata soprattutto dal Ministero per lo sviluppo economico; i consumatori, verso i quali la Camera di commercio svolge un compito fondamentale come quello della regolazione del mercato. Dalla lettura del Bilancio Sociale 2008 emergono alcuni punti che sottolineano la qualità dei processi del funzionamento dell'ente di via Sigismondo.

La Camera di commercio - come ogni ente camerale - opera da sempre in piena autonomia finanziaria in un vero e proprio regime di federalismo fiscale: tutto ciò che le imprese del territorio versano all'ente camerale viene ridistribuito sul territorio, sotto forma di iniziative, servizi, progetti.

Si basa inoltre su un sistema di

rappresentanza particolare che fa della sussidiarietà orizzontale un elemento fondamentale del proprio agire: le associazioni di categoria trovano nella Camera di commercio una risposta alle esigenze delle imprese che rappresentano attraverso un'integrazione efficace tra pubblico e privato. Sta spingendo a fondo, come tutta la rete delle Camere di commercio, sul tema della semplificazione amministrativa: nessun'altra pubblica amministrazione ha fatto così tanto agendo sulle nuove tecnologie della telematica e dell'informatica, facilitando le imprese e il loro rapporto con la PA. Secondo il 54,3% degli intervistati da una recente indagine realizzata da PromoPa Fondazione, dedicata alle imprese sotto i 50 dipendenti, e pubblicata da Il Sole-24 Ore, le Camere di commercio, fra le pubbliche amministrazioni italiane che lavorano al fianco delle imprese, sono gli enti più efficienti essendosi distinte "per caratteristiche di ottimalità". In questa direzione, già dal mese di ottobre del 2009, a livello volontario e a partire dall'aprile 2010 in forma obbligatoria, è in vigore la ComUnica, la comunicazione unica per la nascita dell'impresa, che semplificherà ulteriormente la nascita delle nuove imprese, grazie all'accorpamento degli adempimenti in un'unica procedura assistita dalla più moderna tecnologia telematica: una procedura unica attraverso la quale le imprese rivolgendosi alla Camera di commercio, adempiono contemporaneamente anche agli obblighi nei confronti di INPS, INAIL e Agenzia delle entrate.

Alla presentazione del bilancio sociale hanno partecipato Manlio Maggioli e Maurizio Temeroli, presidente e segretario generale della Camera di commercio di Rimini con loro Biagio Caino, project manager di Retecamere.



Pubb

Pubb

Grande, in crescita. In ogni caso, un mercato con cui bisogna fare i conti

Cina, la terra delle opportunità

di Antonella Cardone

Il messaggio per gli imprenditori è chiaro: “Non si può ignorare un mercato di queste proporzioni”. A lanciarlo, chi in Cina ha già avuto successo e qualche settimana fa al Mambo di Bologna ha raccontato la sua storia. L'occasione, la quarta edizione del forum “Storie di successo italiane in Cina”, promosso dalla Fondazione Italia-Cina, presieduta da Cesare Romiti. “La Cina oggi – ha detto Romiti – è la terza economia del mondo, rappresenta il 6% dell'economia mondiale in termini assoluti e l'11% a parità di potere d'acquisto. In più corre ed è un mercato vastissimo. Per molte imprese, oggi, la Cina è il perno delle strategie aziendali, come base produttiva per la riesportazione o per servire un mercato in continua espansione che è anche interessato al Made in Italy in alcuni settori”.

La Fondazione si propone anche come punto d'appoggio per le imprese che vogliono accettare la sfida cinese, dovendosi misurare con un mondo che per cultura, leggi, regolamenti, senza dimenticare la lingua, è così distante dal nostro. “Il messaggio che vogliamo lanciare – ha detto Romiti – è che tutti ce la possono fare in Cina. Il successo non dipende dalla dimensione o dal settore, ma dalla visione strategica, dalla programmazione e conoscenza del mercato e delle risorse umane e materiali impiegate. Nulla, in Cina, può essere lasciato al caso”.

Al seminario bolognese hanno partecipato Brevini, Bologna Fiere China, Max Mara e Ima, tutte aziende emiliano-romagnole oltre a Esaote, Gi group e Asja Ambiente, da anni presenti con successo in Cina. Spiega Duccio Campagnoli, assessore regionale alle Attività produttive: “Forti di questo successo in Cina, abbiamo concordato con tutti i soggetti locali (Comune di

Bologna, la Provincia di Bologna, Unioncamere regionale e Bologna Fiere), un programma di iniziative per la promozione del sistema produttivo regionale all'Esposizione Universale di Shanghai del 2010 in programma nella metropoli cinese da maggio a ottobre, che verranno recepite in un'Intesa. L'Esposizione Universale di Shanghai sarà il polo di attrazione per governi e persone di tutto il mondo all'interno di un

mercato di grande rilievo internazionale, che continua a registrare ritmi di crescita molto elevati”. Ecco alcune delle storie di imprese di successo nel Paese del Dragone. Max Mara, azienda di moda reggiana di Achille Maramotti, ha aperto il primo negozio in Cina, a Guangzhou, nel 1996. Oggi, dopo una serie di importanti investimenti, si è già a quota 140 negozi.



A Bologna un incontro per presentare le storie aziendali di successo



Sopra, Duccio Campagnoli, assessore regionale alle Attività produttive. Al centro, Cesare Romiti presidente Fondazione Italia-Cina

IL PROGETTO

Per l'università di Bologna borse di studio per complessivi 4 milioni di euro in tre anni

Anche l'Erasmus parla cinese

L'Erasmus targato università di Bologna allarga i propri orizzonti anche in Cina. Dal prossimo anno accademico gli studenti bolognesi desiderosi di trascorrere un periodo di formazione nel Paese asiatico e in altre realtà potranno contare su un maggior numero di borse di studio, probabilmente più del doppio delle 135 di quest'anno. A renderlo possibile, i nuovi finanziamenti dell'Unione europea per il programma di mobilità e cooperazione internazionale in campo universitario “Erasmus mundus external cooperation window”. L'Alma Mater è infatti l'ateneo italiano che si è aggiudicato più risorse: il valore delle borse stimate si aggira attorno ai 4 milioni di euro in tre anni, distribuite in 10 progetti approvati dei 13 proposti cui l'ateneo ha preso parte. Le altre università italiane che seguono parteciperanno al massimo a 5 progetti. A livello europeo, Bologna è nelle primissime posizioni. ■

A destra,
l'inaugurazione
del nuovo
stabilimento
Brevini
a Yangcheng

Precorrendo i tempi con l'ingresso sul mercato cinese, il Gruppo Max Mara ha acquistato un vantaggio competitivo forte nell'area, e recentemente una prova è stata data dal riconoscimento da parte della China National Garment Association, che attraverso un'indagine presso le principali città cinesi, ha registrato che nel 2007-2008 Max Mara è risultato il brand più gradito presso le consumatrici cinesi. Sempre da Reggio Emilia l'esperienza del gruppo industriale Brevini

Power Transmission, che ha da qualche mese inaugurato a Yangcheng un nuovo stabilimento per la produzione di 90mila riduttori epicicloidali l'anno (a cui si affianca Brevini Yancheng Fluid Power). I due stabilimenti occupano complessivamente un'area di 40mila mq e si trovano a 300 km da Shanghai. "La crescita dell'azienda è connessa anche alla estensione internazionale della presenza industriale. Vengono scelte aree con spazi di sviluppo e opportunità di investimento e si

lavora con logiche di lungo termine, per salvaguardare la posizione competitiva futura. È un modo per guardare oltre la crisi e puntare sulla ripresa che verrà", spiega Renato Brevini, presidente di Brevini Power Transmission. Questa in Cina, prosegue, "è la nostra seconda presenza produttiva all'estero, l'altro stabilimento è la Piv Driver in Germania. La fase di crisi che il mondo sta vivendo e che anche in Cina si avverte è vista da Renato Brevini come un problema ma anche come un'opportunità: "Shanghai è stato il primo insediamento del nostro gruppo in territorio Cinese, nei primi anni '90. Oggi è la sede delle filiali di Brevini Power Transmission e di Brevini Fluid Power. Numerosi clienti e partner commerciali ci spingono verso la crescita nei più importanti settori economici e nei maggiori segmenti di mercato".

Anche la bolognese Ima, leader mondiale nella progettazione e produzione di macchine automatiche per il processo e il confezionamento di prodotti farmaceutici e cosmetici, di tè e caffè, è presente da molti anni in Cina, dove conta uno stabilimento produttivo (Ima Edwards Phar-

LA STRATEGIA

Soluzioni software integrate per l'industria manifatturiera **Extech, da Casalecchio a Pechino**

Da Casalecchio di Reno, nella cintura bolognese, alla sconfinata Cina. È accaduto un anno fa che Think3, società che nel 2009 festeggia i 30 anni di attività di creazione di software, fornitrice dell'unica tecnologia in grado di coprire l'intero ciclo di sviluppo prodotto, siglasse una joint venture con la società cinese Beijing Extech Science and Technology e desse vita a Extech, nuova realtà che mira a diventare il principale fornitore di soluzioni software per l'industria manifatturiera in Cina.

La multinazionale guidata da Filippo Zuccarello, durante la cerimonia di premiazione della quarta edizione dei China Awards ha ricevuto dalla Fondazione Italia-Cina il premio nella categoria "Creatori di valore", attribuito alle aziende italiane che hanno realizzato le migliori performance con la Cina, operando in distretti e in settori ad alta crescita di esportazione.

"Questo importante premio giunge a coronamento della nostra strategia di investimento in Cina", spiega Filippo

Zuccarello, tra i fondatori di Think3 e attuale ad della multinazionale. "Crediamo che la Cina offra grandi opportunità per quelle aziende che hanno il coraggio e lo spirito imprenditoriale per affrontare un grande mercato in fase di sviluppo. La joint-venture Extech siglata un anno fa nasce dalla volontà di contribuire al rinnovamento tecnologico dell'industria manifatturiera cinese" ■

Nonostante la crisi,
stime internazionali prevedono
una crescita del Pil cinese
tra il 7,5 e il 9 per cento
Nella foto, da sinistra
Luigi Eva e Fabio Petrella
nel corso dell'incontro
con il direttore commerciale
della Hempel International





maceutical Systems, con sede a Beijing e attivo nella produzione di impianti di liofilizzazione per il settore farmaceutico), una joint-venture di produzione e assistenza tecnica (Zibo Ima Xinhua Pharmatech, situata a Zibo e specializzata nella produzione di macchine automatiche per il processo di prodotti farmaceutici) e una filiale di vendita e assistenza tecnica (Ima Packaging & Processing Equipment Co., Ltd., con sede a Beijing).

Bologna Fiere, infine, in Estremo Oriente organizza ormai da diversi anni il Guangzhou Beauty Event (a settembre e a marzo), Lineapelle e Cosmoprof Asia ad Hong Kong, ExpoBuild China e Ceramics China a Shanghai. Spiega Mauro Malfatti, direttore della Divisione Internazionale dell'expò bolognese. "In questi anni abbiamo imparato che "si può crescere in Cina esportando competenze specifiche" ■

IL CASO

China Awards alla bolognese Gazzotti Parquet senza frontiere

Tra i vincitori del China Awards, premio con cui la fondazione Italia-Cina incorona la realtà italiana più innovativa che lavora nel Paese del Dragone, quest'anno c'è la bolognese Gazzotti, leader italiano della produzione di parquet tradizionali e predefiniti. "Questo premio – spiega Pier Damiano D'Ignazio, direttore commerciale e marketing estero di Gazzotti – è un riconoscimento importante del successo delle strategie di internazionalizzazione intraprese dall'azienda. Insieme con l'Europa e il Nord America, il Far East è una delle aree di mercato strategiche per Gazzotti, che è già leader tra le imprese europee in Corea ed è presente con importanti realizzazioni in Giappone. La penetrazione sul mercato cinese si inserisce quindi in una precisa strategia mirata a occupare posizioni di leadership nei segmenti alti di mercato nei Paesi chiave in questa parte di mondo". Gazzotti ha deciso di investire in Cina, dopo una approfondita ricerca di marketing, affidata ad una società di consulenza italo-cinese, "mirata a valutare il poten-

ziale del mercato, a comprendere le regole del sistema distributivo e i comportamenti d'acquisto dei consumatori cinesi".

Mentre si è già inaugurato il primo showroom monomarca a Shanghai e ci si appresta a tagliare il nastro a quello di Hong Kong, altri 15 punti vendita vedranno la luce in altrettante città, in accordo con un distributore locale. "Molto importante – aggiunge D'Ignazio – è stata la decisione relativa alla scelta della migliore strategia di ingresso sul mercato, che è stata individuata in un accordo di partnership con un distributore cinese. La seconda fase è stata la ricerca prima e selezione poi del partner più adatto. Successivamente è stato firmato l'accordo a Shanghai nel luglio di quest'anno e immediatamente dopo è stato aperto il primo showroom. Il Made in Italy ora ha un altro protagonista in Cina e siamo molto orgogliosi che la Fondazione Italia-Cina abbia voluto premiare il lavoro di tutti quelli che in Gazzotti hanno lavorato e stanno lavorando per affermare lo stile italiano nel mondo" ■

GLI OBIETTIVI

Missione imprenditoriale a Shanghai e nella provincia dello Zhejiang Cina chiama, Emilia-Romagna risponde

Creare condizioni favorevoli per l'export e, più in generale, opportunità di business. Questo l'obiettivo della missione imprenditoriale organizzata da Fondazione Italia Cina, Regione e Unioncamere Emilia-Romagna, in collaborazione con le Camere di commercio, che ha portato un gruppo di imprese selezionate di diversi settori economici (meccanica, impiantistica alimentare, packaging, artigianato e moda) a Shanghai e nella provincia dello Zhejiang.

Uno dei punti di forza dell'iniziativa è stato il supporto istituzionale garantito dai soggetti promotori, tale da certificare la qualità del servizio e offrire una copertura in Cina, grazie ad accordi di collaborazione e sedi di collegamento.

Innovativo, per certi aspetti, il modello scelto per gli incontri con controparti cinesi: una formazione gratuita con approfondimento di

tematiche come economia cinese, aspetti legali e proprietà intellettuale, intercultural management, propedeutica all'accompagnamento personalizzato delle aziende seppur in un contesto di missione imprenditoriale. Maggior spazio è stato dedicato agli incontri one-to-one con potenziali partner cinesi individuati in base al profilo e alle attese dell'azienda italiana oltre che alle caratteristiche del mercato e alle dinamiche competitive del settore.

Sette le aziende partecipanti, oltre ad una associazione temporanea di impresa – che ne riuniva altre sei – del settore moda, tutte appartenenti al consorzio Parma Couture, riunite per l'occasione in una Ati, che ha trovato in Soprip, agenzia parmigiana di sviluppo, il supporto tecnico e gestionale. Le aziende parmigiane hanno incontrato una decina di interlocutori con l'obiettivo di aprire il mercato cinese alle esportazioni della moda uomo "Made

in Parma", proseguendo un impegno avviato da due anni. "C'è stato molto interesse per i nostri prodotti – spiega Luigi Eva presidente del Consorzio Parma Couture – soprattutto grazie al modo di presentarci unitario che ha fornito un'idea complessiva di stile per la moda uomo. Le persone incontrate si dividevano in due categorie: gli importatori dall'occidente e gli imprenditori che producono linee di moda cinese con i quali abbiamo avuto i colloqui più efficaci. Sono infatti interessati a legare le proprie collezioni a prodotti di alta qualità, design e stile come i nostri, per accedere ai grandi magazzini cinesi con un'offerta mista di capi. Su questa base puntiamo a portare avanti nei prossimi mesi il rapporto. La moda parmigiana, da sempre attenta alla lavorazione artigianale e alla scelta dei materiali, ha tutte le credenziali per conquistare una fetta di mercato" ■

di Giuseppe Sangiorgi

Risultati importanti dalla missione a Melbourne della Camera di commercio di Parma

Australia, nuova frontiera per il Made in Italy



Tra i settori più promettenti, turismo, energia, infrastrutture e agroalimentare

In tempo di crisi economica globale che si riflette sul commercio estero, con una forte riduzione delle esportazioni, soprattutto verso i tradizionali mercati dell'Europa e del Nord America, le imprese italiane devono guardare a Paesi molto lontani dal punto di vista geografico, ma promettenti e ricchi di potenzialità. È il caso dell'Australia, unico dei 30 Paesi Ocse (assieme alla Polonia) ad aver mantenuto il Pil in crescita in questo 2009 segnato dalla recessione mondiale, grazie anche alla base di un surplus di bilancio e un debito pubblico trascurabile.

“L'Australia – sottolinea Nicola Carè, segretario generale della Camera di commercio italiana a Sydney – è stata una delle poche economie sviluppate a non essere caduta nella rete della recessione globale, la prima a rialzare i tassi di interesse per ben due mesi consecutivi. Nel momento in cui l'Europa si conferma, secondo i dati dell'Australian Bureau of Statistics, il maggior investitore nel Paese e il Governo australiano rivede in rialzo le stime su crescita economica (più 1,5%) e occu-

pazione, le aziende italiane possono scommettere con successo su questo mercato”.

Come la vicina Nuova Zelanda, anche l'Australia produce pochi beni strumentali e di consumo, con conseguente elevata domanda di beni e servizi che può essere soddisfatta con le importazioni, ma al tempo stesso forte è il flusso in uscita di materie prime e risorse energetiche, specie verso l'Asia. A esplorare le opportunità commerciali e industriali che si possono aprire per le imprese italiane, è stata una recente missione organizzata dalla Camera di commercio di Parma. Agroalimentare innanzitutto, ma anche energie alternative, infrastrutture e turismo sono stati i settori economici al centro dell'iniziativa: “Non si respira aria di crisi – commenta il presidente della Camera di Parma e di Unioncamere Emilia-Romagna, Andrea Zanlari – l'Australia si pone al centro di un'area che è piattaforma ideale per il continente asiatico e il bacino del Pacifico. Per questo, con la Camera di commercio italiana di Sydney, che è la prima fra le 74 presenti nel mondo, stiamo predisponendo un memorandum d'intenti per un piano di promozione e sviluppo di business da realizzare nei prossimi cinque anni”. La delegazione ha preso parte a una tavola rotonda fra rappresentanti di Italia, Australia e Nuova Zelanda, al Dipartimento per lo sviluppo regionale del Nuovo Galles del Sud, dove si è parlato innanzitutto d'impiantistica agroalimentare e meccanica di precisione. Un capitolo a parte è stato poi dedicato alle energie rinnovabili: fotovoltaico e idroelettrico, ma anche eolico e biomasse.

“Gli australiani sono estremamente sensibili alla cosiddetta green economy”, sottolinea Marco Granelli, presidente di Apla Parma e Confartigianato Emilia-Romagna. “Questo

settore, che sta ricevendo un importante sostegno economico dalla pubblica amministrazione, rappresenta una grande opportunità per le nostre Pmi. Anche per quanto riguarda le costruzioni, la carenza di opere infrastrutturali, per lo più al di fuori dei principali centri urbani, richiede un impiego ingente di risorse, il che rappresenta un'ulteriore occasione d'investimento in questo territorio. L'Australia ha oltre due milioni e mezzo di aziende con meno di 20 addetti: sotto questo profilo c'è affinità con il nostro tessuto produttivo e ciò si traduce in ottime opportunità d'interazione fra le due realtà e possibilità di costituire solide joint venture”.

Parma è sinonimo di alta gastronomia e così una tappa importante è stata una conferenza sull'Italian Sounding, “The importance of traditional food in Italy and Australia” a cui ha preso parte uno dei cuochi italiani più noti nel paese, Armando Percuoco, presidente di CIRA (Council of Italian Restaurants in Australia).

Interessanti anche le prospettive sul fronte della promozione turistica. “Stiamo sviluppando contatti per organizzare delegazioni di incoming su Parma, legate alla gastronomia e alla lirica”, spiega il direttore di Ascom Enzo Malanca, componente della Giunta camerale. Un esempio su tutti, il Festival Verdi in ottobre: “Il fatto che Parma abbia dato i natali a Verdi, icona assoluta dell'opera italiana – osserva Malanca – esercita una grande attrattiva sugli operatori turistici australiani”. La missione parmigiana è stata anche a Melbourne alla locale Camera di commercio Italiana e al Dipartimento per lo sviluppo regionale di Victoria, dove si sono svolti incontri con un centinaio di operatori ■



Pubb

Pubb



di Giovanna Chiarini

L'Emilia-Romagna presenta al Mopic di Cannes 23 progetti finanziati dal Por-Fesr

Piani di valorizzazione Cercasi investitori

Una vetrina internazionale per alcuni dei più importanti progetti di valorizzazione del patrimonio ambientale e culturale dell'Emilia-Romagna. L'obiettivo, promuovere e attrarre investimenti qualificati nell'ambito del commercio e del turismo in aree di grande interesse, in una logica di sostenibilità. L'occasione è stata la partecipazione della Regione alla quindicesima edizione di Mopic, "The international market for retail real estate", che si è tenuta a Cannes dal 18 al 20 novembre. La fiera rappresenta il principale appuntamento internazionale di incontro tra gli attori del mercato immobiliare del commercio e della distribuzione, un evento immancabile per investitori, rivenditori, centri commerciali e amministrazioni locali, con oltre 7mila visitatori e oltre 1.400 retailer provenienti da 60 Paesi. Sono 23 i progetti presentati dalla Regione sul palcoscenico del Mopic, piani di intervento che riguardano aree del territorio di particolare interesse ambientale o culturale nelle province di Bologna, Forlì-Cesena, Modena, Parma, Ravenna, Reggio Emilia e Rimini. Tutti interventi realizzati da soggetti pubblici con l'obiettivo di costituire un "volano" per le iniziative dei privati.

Dal nuovo parco acquatico di Salsomaggiore Terme alla costituzione di un parco archeologico con

percorsi storici a Classe, dalla realizzazione di un museo nella Casa natale di Enzo Ferrari nel circuito della Motor Valley, collegato all'ampliamento del Museo Galleria Ferrari a Maranello, al restauro della Rocca estense di Lugo. I progetti promossi al Mopic interessano sia la valorizzazione dei centri storici e il recupero di aree di interesse archeologico, sia la conservazione ambientale, e rientrano tra i 38 progetti in fase di realizzazione finanziati nell'ambito del Programma operativo regionale del Fondo europeo di sviluppo regionale (Por-Fesr) 2007-2013 che prevede la valorizzazione e promozione delle risorse ambientali e culturali, a sostegno dello sviluppo socio-economico del territorio.

A stimolare l'interesse degli investitori anche il fatto che grazie ai finanziamenti del Por-Fesr, gli interventi dei privati sulle aree interessate possono contare a loro volta su contributi specifici, erogati con un apposito bando. Oltre agli interventi già previsti sui progetti delle rispettive Province, l'obiettivo ora è proprio quello di incrementare lo sviluppo e le potenzialità commerciali di queste zone, verificando l'interesse di altri operatori, sia italiani che stranieri. "In un momento di crisi sui mercati nazionali e internazionali, il nostro impegno è rafforzare la qualità e la varietà dell'offerta turi-

stica e commerciale nella nostra regione", ha spiegato l'assessore regionale al Turismo e commercio Guido Pasi, che ha precisato: "Il nostro territorio del resto offre agli investitori importanti elementi di stabilità.

L'Emilia-Romagna è la regione con il reddito pro-capite più alto d'Italia e secondo diverse fonti anche quello meglio distribuito. Sono buone quindi le possibilità di mercato per gli operatori".

Tra i progetti che gli investitori internazionali hanno avuto l'opportunità di conoscere, anche la valorizzazione del Centro e del Museo della Marineria a Cesenatico, lo sviluppo delle opportunità offerte dalle "eccellenze" dell'Appennino reggiano, con Carpiteti e Cerreto Laghi, il percorso di valorizzazione integrata dei castelli modenesi, la riqualificazione delle piazze del porto di Cattolica e il potenziamento dei percorsi naturalistici della Pineta di Classe e delle Saline di Cervia.

Complessivamente i 38 progetti finanziati prevedono un investimento totale di quasi 92 milioni di euro. Il "pacchetto" totale di contributi Por, ripartiti tra i vari progetti, supera i 40,6 milioni di euro, mentre ammontano a 51,2 milioni di euro le risorse a carico dei beneficiari ■

L'obiettivo dei programmi è fare da volano per attrarre iniziative private



Guido Pasi,
assessore regionale
al Turismo
e commercio

di Silvia Saracino

Da Fidenza a Castel Guelfo: "grazie" alla crisi crescono quantità e qualità degli acquirenti

Vendite in picchiata Ma non all'outlet

La crisi morde il commercio ma non intacca gli outlet emiliano romagnoli, il Fidenza Village nel parmense e il Castel Guelfo Outlet, al confine tra la provincia di Bologna e la Romagna. Se da un lato le vendite del commercio al dettaglio a livello regionale stanno subendo cali che non si vedevano da dieci anni – gli ultimi dati Unioncamere parlano di una flessione del 2,8% nei primi sei mesi del 2009 – dall'altro le cittadelle della moda a prezzi scontati si apprestano a chiudere un anno con aumenti a doppia cifra.

Fidenza Village, l'unico outlet italiano della società europea Value Retail specializzata nello studio, realizzazione e gestione di outlet shopping village di lusso, ha chiuso i primi nove mesi dell'anno con un incremento di fatturato del 20% e un aumento di pre-

senza del 22% rispetto allo stesso periodo dello scorso anno.

"La crisi di quest'anno non ci ha messo in difficoltà, anzi siamo cresciuti perché la situazione economica ci ha permesso di attingere ad altri bacini di clientela", spiega Anna Maria Tartaglia direttrice marketing dell'outlet. "Adesso si avvicina al nostro outlet anche il cliente di fascia medio alta perché trova prodotti di buona qualità ad un buon prezzo. Da noi il consumatore non si sente mai un cliente di serie 'b' – prosegue – abbiamo boutique monomarca con tutte le taglie, offriamo un'esperienza complementare nel mondo retail".

I numeri, che, spiega Tartaglia, "saranno confermati se non aumentati a fine anno", sono sostenuti anche da un'impennata di visitatori stranieri: in particolare russi e cinesi, ma anche giapponesi, statunitensi e turisti provenienti dall'area Middle Est. I dati di Global Refund fanno registrare da gennaio a settembre un aumento del 117% nel valore degli acquisti fatti da visitatori internazionali provenienti da Paesi extra Ue e solo nel mese di settembre i clienti russi e cinesi hanno fatto registrare un incremento del valore degli acquisti rispettivamente del 180% e del 195%.

"La vicinanza con Milano ci ha permesso di attrarre anche un turismo internazionale legato a fiere e congressi a cui si abbinano le peculiarità di questo territorio, ricco di attrattive culturali, artistiche ed enogastronomiche", spiega Tartaglia. In sintonia con l'area del parmense, gli spazi dell'outlet si ispirano alle costruzioni sceniche delle opere di Giuseppe Verdi e all'interno si trova un ufficio turistico che, in collaborazione con gli enti locali, fornisce ai visitatori informazioni sul territorio e sui diversi itinerari possibili. Lo stesso Fidenza Village è inserito in alcuni itinerari proposti dai tour operator

come parentesi di shopping nell'ambito di congressi o meeting.

Inaugurato nel 2003 da Value Retail, l'outlet si è sviluppato in modo graduale fino alla struttura attuale che conta oltre 98 negozi. Solo nei primi mesi del 2009 sono stati inaugurati 14 nuovi punti vendita di marchi come Class Roberto Cavalli, Custo Barcelona, Les Copains, Armani Outlet. Value Retail, che conta altri otto outlet nel Vecchio Continente, ha investito nel Fidenza Village complessivamente circa 120 milioni di euro. A costruire il Fidenza Village è stata la reggiana Unieco, società cooperativa multibusiness che – tra l'altro – ha recentemente partecipato anche alla progettazione e costruzione del Città Sant'Angelo Village, vicino all'omonima città abruzzese, inaugurato da poche settimane e attualmente il più grande outlet della costa adriatica.

Tornando lungo la via Emilia, basta spostarsi a est di Bologna, a un passo dalla Romagna, per trovare il Castelguelfo Outlet, altra realtà che – numeri alla mano – sta facendo registrare importanti successi. Qualche dato: nei primi otto mesi dell'anno i volumi di vendite sono aumentati del 45%, mentre i visitatori sono aumentati del 60% rispetto allo stesso periodo del 2008.

"Da un lato è vero che la crisi sta influenzando sulle vendite del settore moda perché i consumatori sono molto più prudenti", spiega Gian Claudio Marsilio, direttore di gestione di Neinver Italia. "È vero anche però che siamo in Italia, un Paese dove la gente è molto sensibile alla moda di qualità e quindi l'outlet ha successo perché soddisfa il bisogno di acquistare un buon capo di abbigliamento a un prezzo scontato".

La spagnola Neinver è la terza società di gestione di outlet in Europa, ne conta 11 in tutto, e

Incrementi
tra il 20 e il 45%.
Da registrare
anche l'impennata
dei clienti stranieri





amministra il fondo "Irus European Retail Property Fund", uno dei maggiori fondi immobiliari pan europei privati. È proprio attraverso Irus che Neinver ha acquistato l'outlet di Castel Guelfo nel giugno 2008, per un valore di 53 milioni di euro. Questo passaggio ha coinciso con la fase 1 nei programmi di sviluppo, mentre la fase 2 si è completata in agosto del 2009 con l'ampliamento dell'outlet e con un restyling complessivo, il tutto per un investimento di altri 45 milioni di euro.

La superficie è stata estesa fino a 24mila metri quadrati per un totale di oltre 100 punti vendita. L'offerta si è arricchita di nuovi marchi come De Longhi, Guess, Geox, Calvin Klein. Oltre 2,5 milioni di euro sono stati spesi in un restyling che ha interessato l'ingresso del centro, l'arredo urbano, i sistemi di illuminazione, i parcheggi e i servizi. Sono state create aree verdi e pensiline lungo la passeggiata principale, per dare un aspetto più confortevole.

La fase 2 ha coinciso anche con l'entrata dell'outlet nel network internazionale "The Style outlets", il nuovo marchio lanciato da Neinver per riunire i centri gestiti in Germania, Portogallo e Italia, dove la società è presente anche con l'outlet a Vicolungo, nel novarese. "Per noi il termine 'stile' significa esperienza di uno stile di vita di qualità", spiega Marsilio. "Gli outlet del nuovo network offriranno un'esperienza di acquisto caratterizzata non solo da un'eccellente qualità dell'offerta a prezzi scontati ma anche da un contesto piacevole, un luogo che è anche occasione di incontro e di svago, di riscoperta della qualità del territorio". Anche nel Castel Guelfo Outlet è presente un ufficio turistico in collaborazione con gli enti locali. Questo significa "uscire dalla semplice logica dello spaccio" e, grazie al nuovo brand, "tutti gli outlet si propongono sul mercato nazionale e internazionale con una identità ben definita e di qualità", sottolinea.

Il bilancio di fine anno si chiuderà

con aumenti a doppia cifra già annunciati nei primi mesi del 2009 – affluenza più 50% e volumi di vendite più 40% sullo scorso anno – grazie alla fase di ampliamento che si è conclusa l'estate scorsa. "L'andamento è molto positivo e conferma la nostra scelta di investire nell'outlet di Castel Guelfo: in questo progetto abbiamo visto fin da subito un contesto geografico interessante e un bacino di clienti con un ottimo potere d'acquisto", dice il direttore di gestione.

Per le festività natalizie, momento clou in tutti i settori del commercio, gli outlet hanno preparato allestimenti ad hoc e particolari eventi. Castel Guelfo si illumina con una installazione del designer giapponese Kazuyo Komoda, che ha trasformato la piazza principale e le vie dell'outlet in bosco caleidoscopico di luci e colori. Anche al Fidenza Village l'illuminazione è creata ad hoc e, tra le iniziative, uno spazio interamente dedicato all'associazione comunità Papa Giovanni XXIII fondata da Don Oreste Benzi ■



IL PROGETTO

Apertura prevista nel 2010. Bacino d'utenza potenziale, ben 3 milioni di persone
Anche Faenza avrà la sua "cittadella del commercio"

Apirerà i battenti nel 2010 a Faenza "Le Perle Lifestyle Village", un nuovo polo commerciale ideato dalla società Promos di Brescia, attiva da vent'anni nello sviluppo, promozione e commercializzazione di progetti immobiliari e commerciali (Promos ha curato anche la commercializzazione degli spazi del nuovo Città Sant'Angelo Village, in Abruzzo).

La nuova cittadella romagnola sorgerà in località Sant'Andrea e, come precisano gli ideatori, non sarà un outlet. Ovvero, non una cittadella della moda a prezzi scontati ma "una struttura commerciale

che abbinerà a prodotti di qualità un contesto di qualità". Studiata su un modello innovativo che viene dagli Stati Uniti, unisce le caratteristiche salienti dei retail park e delle main street cittadine.

In sostanza, il concetto è quello di far rivivere i quartieri residenziali come se fossero piccoli centri cittadini: creare uno spazio con la stessa offerta del centro città ma in un contesto che unisce servizi alla persona e spazi dedicati a intrattenimento e relax, in una cornice architettonica molto accogliente, vivibile e integrata nel territorio circostante.

La struttura avrà una superficie complessi-

siva di 26.800 metri quadrati per un totale di 125 punti vendita divisi per settori, dallo spazio dedicato ai bambini fino all'angolo della casa.

Della costruzione si occupa la società Faenza Erre che ha incaricato Promos di occuparsi della commercializzazione degli spazi. L'azienda lombarda si occuperà anche della gestione attraverso una società controllata.

Le Perle potrà contare su un potenziale bacino di utenza di tre milioni di abitanti: 1.600.000 quelli residenti nel raggio di 30 chilometri e 1.400.000 estendendo l'area verso i 60 chilometri di distanza ■

Pubb

Siamo ancora in piena crisi: lo confermano i dati dell'Osservatorio TrendER

Pmi in affanno Si naviga a vista

di Enrico Vincenzi

Dalla crisi ancora non si esce e non ci sono segnali di recupero, anzi. A confermarlo sono i risultati della rilevazione effettuata sui bilanci di 5.040 micro e piccole imprese (da 1 a 19 addetti) effettuata da TrendER, l'Osservatorio congiunturale di Cna Emilia-Romagna e Bcc in collaborazione con Istat sul primo semestre 2009. Per il tessuto regionale delle micro e piccole imprese, c'è stato un crollo deciso del fatturato totale (19,92%), una grossa caduta della componente estera (meno 30,5%) e di quella conto terzi (meno 20,5%). L'analisi per macro settori, conferma come la crisi si ripercuota più pesantemente sulle attività produttive. Il manifatturiero registra il ridimensionamento più deciso (meno 22,5%) sia rispetto al totale (meno 19,92%) che riguardo a servizi (meno 13,4%) e costruzioni (meno 20,6%).

Flessioni elevate da sollevare interrogativi sulla possibilità delle imprese di continuare a operare: sotto certi livelli di attività, difatti, i ricavi potrebbero essere insufficienti a coprire i costi. Con margini di profitto azzerati e in presenza di condizioni finanziarie deteriorate dalla differenza tra i tempi di riscossione dei crediti e quelli di pagamento dei fornitori, con il credito bancario che non sa attivarsi in funzione anticiclica, per le imprese è difficile anche mettere in campo investimenti per

l'aggiornamento e la manutenzione di impianti. "La caduta di fatturato e investimenti pregiudica le possibilità di ripresa - commenta il segretario regionale Cna Emilia-Romagna, Gabriele Morelli - e dà il senso delle gravissime condizioni in cui versano le micro e piccole imprese, il cui obiettivo oggi è sopravvivere per esserci ancora quando sarà superata la crisi. Le preoccupazioni aumentano se a questi due indicatori si aggiunge il fatto che prosegue la dinamica di alleggerimento dei costi per le voci retribuzioni (da meno 9% nel secondo semestre 2008 al meno 13% nel primo semestre 2009) e la perdita di quota dei consumi, che nella prima metà del 2009 hanno accusato una flessione importante su base annua (meno 22,1%)".

Il calo delle spese per retribuzioni esprime una minore intensità di impiego di lavoro (meno ore lavorate, e meno lavoratori); quello delle spese per consumi indica la diminuzione di intensità delle attività produttive e di servizio. La flessione di ordini e fatturato, la perdurante stretta creditizia e le crescenti difficoltà a mantenere posti di lavoro, rendono gli imprenditori pessimisti sul futuro come emerge da un sondaggio sui tempi della ripresa economica effettuato in ottobre per conto di Cna Emilia-Romagna dall'Istituto Freni Ricerche di Marketing di Firenze.

Rispetto a inizio anno, le imprese intervistate denunciano una perdita media del 19%, che si abbassa per il settore dei servizi (13%) per toccare la punta massima nelle aziende della produzione (24%). Per i prossimi sei mesi, il 40,5% degli intervistati prevede un ulteriore calo tra il 2 e il 4%, e il 50% ritiene che la situazione si manterrà stazionaria; solo il 7% si aspetta un lieve incremento. Per il 36% non vi è alcun segnale di uscita dalla crisi, mentre per il 44% sono troppo pochi gli elementi per dire che la fase recessiva si sia esaurita. Un 14% ritiene che qualcosa si stia muovendo. Per l'80% ritiene che ci saranno ancora molti mesi difficili.

Le prospettive di ripresa vengono dunque rinviate: nel migliore dei casi, alla seconda metà del 2010 (39%), se non addirittura al 2011 (27%). Per i più pessimisti non si intravede ancora alcuna prospettiva di ripresa (13%); solo per un 10% c'è qualche piccolo segnale di inversione di tendenza. Una percentuale dell'11% ritiene che all'inizio del 2010, possano esservi significativi segnali di miglioramento. Secondo gli imprenditori, i fattori critici che rischiano di ritardare o impedire la ripresa sono la stretta creditizia (66%), la crescita della disoccupazione (50%), la caduta dei consumi (38%), il debito pubblico (28%).

Severo l'atteggiamento verso le banche: l'82% degli intervistati vede riluttanza a sostenere le imprese e voglia di non rischiare. Sono 9 imprenditori su 10 ad avvertire un irrigidimento da parte degli istituti di credito, soprattutto nel garantire la liquidità alle aziende ■



Pessimisti gli imprenditori: "La ripresa per ora non si vede"

Gabriele Morelli, segretario regionale di Cna Emilia-Romagna



Pubb

1.200 i visitatori per l'edizione 2009 della Settimana della bioarchitettura e della domotica

Protagonista a Modena l'edilizia "intelligente"

di Marco Casamenti

Il tema dell'edilizia di qualità è stato al centro dell'ultima edizione della Settimana della bioarchitettura e della domotica, organizzata a Modena da ProMo-Laboratorio di domotica e BioEcoLab. Un grande successo, con oltre 1.200 visitatori tra architetti, ingegneri, periti, geometri, imprenditori edili, dirigenti della pubblica amministrazione e studenti che hanno partecipato a 14 sessioni di lavoro tra convegni, tavole rotonde e seminari tecnici dove sono intervenuti 84 relatori, oltre che alle 4 visite guidate e alle 4 mostre allestite presso ProMo.

"L'edizione di quest'anno - sottolinea Adriana Zini, direttore di ProMo - è stata particolarmente apprezzata perché sono stati trattati temi di grande attualità: da come si deve progettare in futuro la città, alla qualità prestazionale dei singoli edifici, in termini di risparmio energetico, senza dimenticare i parametri di costo".

La kermesse ha proposto interventi di grande spessore, come quello di Norbert Lantschner, direttore dell'Agenzia CasaClima di Bolzano, alla quale hanno assistito oltre 300 studenti (una delle novità dell'edizione 2009), attirati dalla tematica della bioedilizia e del risparmio energetico per le nuove abitazioni oltre che per le ristrutturazioni di edifici pubblici e privati. "Il livello dell'iniziativa - ha aggiunto Benedetto Grossi presidente Scuola Edile di Modena e consigliere di Ance - è stato indubbiamente elevato e utile anche per noi costruttori". Per la prima volta la Settimana della bioarchitettura e della domotica ha toccato il territorio carpigiano con un'interessante visita al sistema domotico di Palazzo dei Pio, introdotto nel corso della recente ristrutturazione. Da ricordare anche l'in-

tervento tenuto da Martin Haas all'Auditorium San Rocco, di fronte a una platea di oltre 100 tra architetti e ingegneri. Uso sapiente dei materiali, trasparenza, leggerezza e sostenibilità ambientale, sociale ed economica sono il filo conduttore dei progetti realizzati dallo studio Haas, tra i quali spiccano il campus dell'Università di Harvard e la nuova sede dell'Arpa di Ravenna, oltre alla torre residenziale 'Marco Polo' di Amburgo, concepita tenendo conto - addirittura - dell'incidenza dei raggi solari nel corso dell'anno, per ridurre al minimo i consumi energetici.

Nel corso della Settimana è stato anche assegnato il Premio Sostenibilità 2009, un'iniziativa organizzata da BioEcoLab-ProMo per valorizzare e divulgare le buone pratiche del costruire, a livello regionale, attraverso la selezione di realizzazioni che abbiano seguito i principi della bioarchitettura. Sono state premiate le realizzazioni della Scuola Materna in località Cà Merla (Bo) e il fabbricato con due unità abitative di Pontenuovo/Rometta di

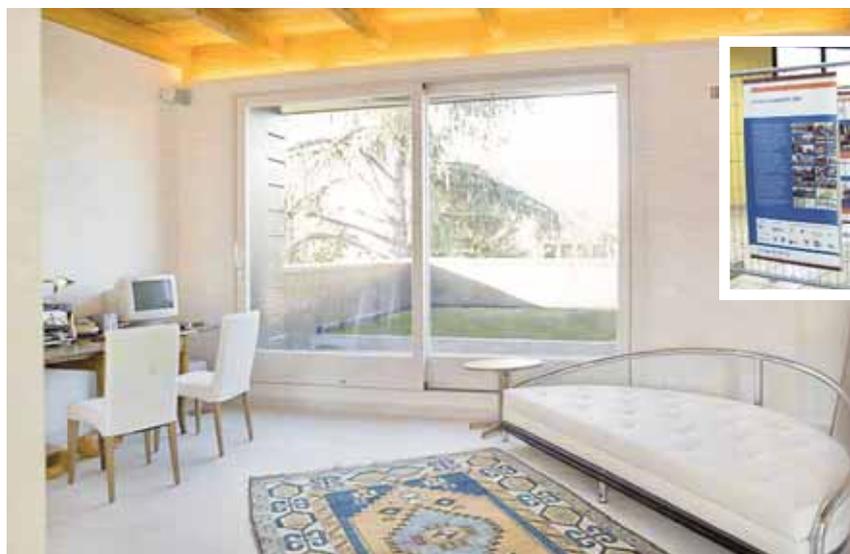
Sassuolo (Mo) per la categoria edilizia ex-novo e il Piano strutturale comunale di Faenza (Ra) per la categoria urbanistica, progetti poi successivamente esposti a Saie Energia di Bologna.

Bioecolab (www.bioecolab.it) è la prima delle due iniziative di ProMo nel campo dell'edilizia intelligente e sostenibile. Istituito nel 2004 e promosso anche dalla Provincia e dal Comune di Modena, Bioecolab nasce per diffondere l'approccio sostenibile alla progettazione, assumendo un ruolo strategico nel settore dell'innovazione in architettura e urbanistica. Le principali competenze riguardano il networking di tutti i soggetti impegnati nella filiera del progettare e costruire sostenibile, il monitoraggio delle politiche e dei progetti, la formazione degli operatori, la ricerca e la consulenza ad enti pubblici e privati, la divulgazione delle informazioni e delle best practice. All'interno del centro - che si



Tra convegni e seminari tecnici, la kermesse apre quest'anno anche agli studenti

Sopra, Martin Haas durante l'intervento all'Auditorium San Rocco



trova nella sede di ProMo, in Viale Virgilio 55 a Modena – è allestito uno spazio per l'esposizione di materiali edili sostenibili e impianti ad alta efficienza energetica, nel quale è possibile reperire informazioni e materiale illustrativo su materiali da costruzione, impianti, sistemi costruttivi, tecnologie per l'ambiente, energie alternative. Si situa invece strettamente nel campo dell'edilizia intelligente il "Laboratorio di Domotica" (www.laboratoriodomotica.it), inaugurato il 5 giugno 2001. Unico nel suo genere in Italia, si trova sempre presso la sede di ProMo: 300 metri

quadrati in cui sono esposte le soluzioni tecnologiche di 16 differenti imprese, che operano nel campo della home e della building automation. Il Laboratorio riproduce inoltre un appartamento e un ufficio dotati di impianti integrati e intelligenti: dai sistemi di sicurezza alla gestione automatica di porte e finestre, dai dispositivi di risparmio energetico ai collegamenti con internet, ai sistemi audiovisivi e trasmissione dati. L'area comprende anche box espositivi di tecnologie proposte dalle aziende e uno spazio speciale dedicato alle apparecchiature

per anziani e disabili. Scopo del Laboratorio di Domotica – realizzato da ProMo nell'ambito del Progetto Domotica con la collaborazione di DemoCenter, Centro Ricerche, Enea, Quasco, oltre a diverse associazioni di categoria e ordini professionali – è anche la messa in campo di attività formative rivolte a progettisti, impiantisti e operatori della filiera edile.

Innovazione, qualità e sostenibilità nel settore delle costruzioni sono alla base anche di un'altra iniziativa sostenuta da ProMo, il "Progetto triennale edilizia di qualità" ■

IL CASO

Grandi risparmi e soluzioni attente alle esigenze dei disabili. A progettare la struttura innovativa, la Longinotti di Borgotaro Inaugurata a Parma la "casa domotica"

Domotica, parola complicata in realtà di semplice dominio. Significa progettare impianti elettrici in modo alternativo. Un nuovo comparto che per ora non conosce crisi. Nel Parmense è l'azienda Longinotti Andrea di Borgotaro a tradurla in pratica, con le sue idee "futuribili" che facilitano la vita a chi abita in grandi spazi e magari ha problemi di deambulazione.

Nella "casa domotica" gli impianti sono tutti uniti. Centralizzati in un unico punto: un quadro elettrico da cui si "governa" la gestione dell'illuminazione, il termo-riscaldamento, gli antifurti, la meccanizzazione di porte e finestre. Con un semplice comando.

La "casa domotica" è stata ufficialmente inaugurata il 10 settembre a Pieve di Campi, in provincia di Parma. Un progetto sinergico, nato dalla collaborazione fra Area Group Immobiliare (impresa bergamasca che ha creduto e investito in Val Taro) e Vividomotica di Andrea Longinotti, realtà specializzata nella installazione di domotica (automazione della casa).

Questa abitazione è priva di gas metano, alimentata unicamente da fotovoltaico e solare termico e riscaldata da membrane termoelettriche poste sotto i pavimenti. L'impianto elettrico domotico consente una gestione intelligente dell'abitazione, anche per chi non può agire se non attraverso uno strumento telematico: pensa-



mo alle persone con handicap fisici o che faticano a spostarsi.

Ecco che con l'utilizzo della tv e il pc touch screen da incasso a muro, la gestione di luci, persiane, temperature, allarmi tecnici, antifurto e videosorveglianza trova notevole semplificazione. L'abitazione potrà eventualmente essere gestita direttamente dagli uffici di Borgotaro tramite internet. A partire da ottobre, Vividomotica inizierà anche lo studio dell'efficienza energetica di Casa Domotica, confrontando i consumi (e gli sprechi) delle case "vicine".

Obiettivo primario di questo progetto è il risparmio energetico, che si ottiene sfruttando la produttività dell'impianto fotovoltaico, del riscaldamento elettrico uniti al sistema di "gestione carichi" della domotica.

La "gestione carichi" consente infatti di fissare un tetto massimo ai consumi energetici. Quindi, se dovesse succedere che si esagera, la domotica si attiva secondo una scala di priorità: potrebbe spegnere luci

superflue, fermare momentaneamente la lavatrice, ridurre l'intensità luminosa di alcune luci e così via. La "casa domotica", che attualmente è disabitata, è rimasta aperta al pubblico tre giorni a settembre, dal 10 al 13. In questa occasione tante persone hanno potuto notare come "in ambienti molto vasti è possibile ridurre al minimo gli sforzi", spiega Daniele Leonardi, responsabile marketing della Longinotti.

L'azienda dell'Appennino parmense è formata da 14 persone, in prevalenza tecnici, compreso il titolare, che ha iniziato la sua carriera come installatore. In seguito si è "dato" alla domotica, mettendosi in proprio e architettando il modo per rendere la casa "un'azienda su misura", con "soluzioni che possono anche salvare la vita di chi ci abita", da fughe di gas a furti e allagamenti. Recentemente, a Città Sant'Angelo, in provincia di Pescara, la Longinotti si è aggiudicata il Premio Web Italia nella sezione "tecnologia", concorrendo con il sito web www.vividomotica.it.

"Vividomotica – conclude Leonardi – è un progetto di comunicazione che promuove l'attività imprenditoriale in Alta Val Taro realizzato in sinergia con la web agency Layout Web di Parma. Un sito che, con grande chiarezza, illustra l'attività imprenditoriale, semplificando notevolmente la comunicazione del concetto di domotica e dimostrando con efficacia un nuovo modo di abitare" ■ B.B.



di Antonella Cardone

Marconi, le celebrazioni a cent'anni dal Nobel. E la sua invenzione è tornata di moda

Bologna rende omaggio al padre del wireless

Dieci euro d'argento e venti euro d'oro per celebrare Guglielmo Marconi. Sono le speciali monete commemorative realizzate dalla Zecca. Entrambe portano sul dritto un ritratto di Marconi ispirato a un'immagine d'epoca (alle spalle il famoso panfilo Elettra) e sul rovescio un radiorecettore di produzione italiana della prima metà degli anni venti.

E poi: penne, agende, bloc notes, oggetti di cancelleria e di articoli da regalo, in vendita a Bologna presso l'Emporio della Cultura di piazza Maggiore. E ancora, convegni, premi di laurea, mostre, progetti di ricerca, persino il Giro ciclistico dell'Emilia, che quest'anno ha compiuto 100 anni, ha voluto associare idealmente il proprio centenario al centenario del Premio Nobel a Guglielmo Marconi.

Fu il primo italiano a vincere il Premio Nobel per la Fisica: sono passati giusto, da allora, cento anni, e il bolognese Guglielmo Marconi viene oggi celebrato nella sua città d'origine e in tutta Italia, con una serie di manifestazioni che si concluderanno tra marzo e aprile 2010. E per ricordare quel giorno del dicembre 1909, quando Marconi ricevette dalle mani del Re di Svezia Gustav V il premio Nobel, si sono mobilitati gli stessi regnanti di Svezia. Il discendente diretto al trono di Svezia Carl XVI Gustav - di cui Gustav V era il bisnonno - ha reso visita, venerdì 27 marzo, al Museo Marconi di Villa Griffone, accompagnato dalla consorte Regina Silvia. Per l'inventore del sistema di trasmissione dati senza fili - oggi meglio conosciuto come wireless - con l'occasione delle celebrazioni del centenario si vuole ricordare e rinnovare l'attualità di una figura di inventore e imprenditore, di un personaggio

Tra gli eventi in programma nel capoluogo, la mostra allestita a Palazzo d'Accursio

IL CONCORSO

In gara i lavori degli studenti bolognesi ispirati alla figura di Guglielmo Marconi

Elaborati a prova di Nobel

C'è tempo fino al 28 febbraio per partecipare al concorso indetto dal Museo della Comunicazione Pelagalli, unitamente al Comune di Bologna, all'Ufficio Scolastico Provinciale e alla Fondazione Marconi, e rivolto a tutte le scuole di Bologna e provincia.

Si partecipa inviando prose, poesie, elaborati artistici o prodotti multimediali ispirati alla figura di Guglielmo Marconi. È possibile concorrere sia in forma individuale che per gruppi o per intere classi. A ogni sezione (elementari, medie, superiori) corrispondono tre premi (computer e attrezzature radio-video) offerti dagli sponsor Granarolo e Banca Popolare dell'Emilia-Romagna. Per informazioni, www.museopelagalli.com ■



cosmopolita la cui invenzione e i relativi sviluppi rappresentano tuttora un potente strumento a disposizione dell'umanità.

Un'occasione per approfondire meglio la sua vita e l'attualità della sua figura è la mostra allestita dal 10 dicembre 2009 al 10 gennaio 2010, a Bologna e intitolata "Guglielmo Marconi Premio Nobel 1909-2009", che ricorda l'inventore e la formidabile impresa che lo portò a meritare quel premio. Sede principale dell'allestimento, la Sala d'Ercole di palazzo d'Accursio, con isole espositive collaterali in Sala Borsa e nel cortile dello stesso palazzo, in piazza Maggiore. Sedi periferiche, il Museo del Patrimonio Industriale (via della Beverara 123), il Museo Pelagalli (via Col di Lana 7/N) e il Museo Marconi di Villa Griffone, a Pontecchio Marconi. Obiettivo della mostra: restituire alla figura di Guglielmo Marconi quella "nobiltà" che proprio il Premio Nobel – vinto a soli 35 anni – gli attribuì nel 1909. Tanto ammirato e osannato in vita quanto dimenticato o comunque trascurato nella seconda parte del Novecento, Marconi – ritornato alla pubblica attenzione a partire dal 1995 (centenario della radiotelegrafia) – sta infatti risalendo i gradini della notorietà con la sola forza della sua invenzione: il wireless, vale a dire la modalità tecnica che maggiormen-

te connota, in tutto il mondo, l'inizio del Terzo Millennio.

La mostra esplora le condizioni e le premesse che consentirono a Marconi il balzo improvviso della sua impresa, gli sviluppi tecnologici e industriali da lui stesso portati avanti, il trionfo del suo sistema di telegrafia senza fili e la complessa vicenda che indusse l'Accademia di Svezia a conferirgli il Nobel per la Fisica.

Pannelli esplicativi, strumenti d'epoca, apparati interattivi, animazioni,

video, grafici multimediali immergono il visitatore nell'atmosfera dei primi anni del XX secolo, per farlo poi riemergere nei primi anni del XXI: oggi, qui, sul pianeta Terra, dove le intuizioni di Marconi costituiscono la struttura portante del comunicare quotidiano. È una mostra, quella bolognese, che mette a fuoco i meccanismi, gli ingranaggi, le relazioni e le emozioni di un genio proiettato nel futuro: Guglielmo Marconi, padre del wireless ■

LA STORIA

Circondato dagli scettici, il genio non si arrese Un segnale oltre l'Atlantico

Nato il 25 aprile 1874 da padre italiano (Giuseppe, ricco possidente terriero impegnato nella gestione di consistenti proprietà patrimoniali e in diverse attività commerciali) e madre irlandese (Annie Jameson), Marconi non seguì un corso di studi di tipo tradizionale anche a causa dei frequenti spostamenti invernali della famiglia, prima in Inghilterra e poi in Toscana. Il Marconi inventore inizia così la sua carriera nel laboratorio della casa paterna – Villa Griffone, situata sulle colline bolognesi – con i primi esperimenti di telegrafia senza fili, ma poi teatro del periodo pionieristico delle radiocomunica-

zioni furono le coste Atlantiche: la Gran Bretagna fu la seconda casa dell'inventore ma fu la prima dell'imprenditore Marconi; l'Irlanda ospitò importanti stazioni per i primi collegamenti transatlantici; il Canada e gli Stati Uniti videro trionfare il giovane visionario italiano che tra il 1901 e il 1903 riuscì – tra polemiche, scetticismo e grande meraviglia – a ricevere i primi segnali radiotelegrafici che avevano superato quell'enorme ostacolo naturale che era appunto l'Oceano Atlantico.

Tra il 1895 e il 1903 Marconi fu il pioniere assoluto delle radiocomunicazioni ma, nonostante circolassero voci sulla possibile vittoria del Premio Nobel già al termine di quel periodo, assai impegnativi furono anche gli anni in cui quegli straordinari successi dovevano essere consolidati. Una tappa fondamentale di quel processo fu l'inaugurazione del primo regolare servizio pubblico di radiotelegrafia attraverso l'Atlantico, nell'ottobre del 1907, e senza alcun dubbio la straordinaria utilità del radio soccorso diede eccezionale prova in occasione del salvataggio dei passeggeri a bordo del transatlantico Republic nel gennaio 1909 nel quale grandi meriti ebbe l'operatore radiotelegrafico Binns che lavorava per la Compagnia Marconi. E proprio nel dicembre di quell'anno, iniziato con i clamori di quel salvataggio, Marconi vinse – condividendolo con lo scienziato tedesco Karl Ferdinand Braun – il Nobel per la Fisica "a riconoscimento del contributo dato allo sviluppo della telegrafia senza fili". Guglielmo Marconi è morto a Roma il 20 luglio 1937 ■

IL PROGETTO

L'idea della Fondazione Marconi per favorire la fruibilità dei documenti

Un unico archivio virtuale

Con l'occasione del centenario, la Fondazione Guglielmo Marconi, da tempo impegnata in una intensa attività archivistica che ha portato alla costituzione del Centro storico- documentale su radio e telecomunicazioni, ha avviato un programma straordinario di ricerca che coinvolge archivi italiani e stranieri per raccogliere in un unico archivio virtuale elettronico la documentazione marconiana più completa (in forma cartacea, sonora e filmata).

Il Museo Marconi si è fatto anche promotore dell'iniziativa "Marconi Network", la creazione di una rete di musei e collezioni sulle

radiocomunicazioni che permetta un dialogo costante tra le tante realtà di straordinario interesse collocate sul territorio nazionale. La Fondazione Marconi ha attivato la "regia" dell'operazione attraverso il Museo Marconi puntando alla valorizzazione delle collezioni, sia di quelle già note al grande pubblico che di quelle – talvolta davvero sorprendenti per quantità di pezzi e per qualità – meno conosciute. Vi è dunque la volontà di suscitare una maggiore sensibilità per questo prezioso patrimonio storico-scientifico e allo stesso tempo di promuoverne con azioni concrete la conoscenza e la fruibilità ■

IL FOCUS

Anche lo scalo felsineo rende omaggio all'inventore,
e archivia il 2008 con significativi incrementi di traffico

All'aeroporto la statua torna a brillare

Nel centenario dell'attribuzione del Premio Nobel per la Fisica a Guglielmo Marconi, è tornata a brillare all'Aeroporto di Bologna la statua in bronzo che raffigura lo scienziato felsineo.

Realizzata, nei primi anni '80, dallo scultore Marco Marchesini e donata alla società di gestione dal Lions Club Bologna Valle del Reno, dopo gli spostamenti degli ultimi anni dovuti a esigenze operative e di riorganizzazione degli spazi, la statua è stata ora collocata in una zona di grande passaggio e visibilità: l'area circolare all'ingresso della Marconi Business Lounge.

Nell'occasione il presidente dell'Aeroporto di Bologna Giuseppina Gualtieri, il numero uno della Camera di Commercio di Bologna Bruno Filetti, affiancati dal presi-

dente della Fondazione Marconi, Gabriele Falciasacca hanno premiato con una targa-ricordo l'ingegner Ernesto Stagni, già presidente della Camera di commercio e dell'aeroporto. La passione e visione strategica di Stagni, primo presidente di Unioncamere Emilia-Romagna, fu fondamentale per lo sviluppo dell'aeroporto di Bologna e a lui si deve la scelta dell'intitolazione dello scalo a Guglielmo Marconi. In occasione della nuova collocazione, è stata inoltre allestita per alcuni mesi, sempre al primo piano dell'aerostazione, una piccola mostra, realizzata in collaborazione con la Fondazione Marconi. Attraverso foto d'epoca e testi, la rassegna racconta del forte legame esistente tra Marconi e la città di Bologna e tra Marconi e il mondo aeroportuale. Allo scienziato, inventore del sistema di tra-



missione dati senza fili – oggi meglio conosciuto come wireless – sono dedicati tre pannelli che descrivono le scoperte del giovane bolognese a Villa Griffone, i primi successi a livello internazionale e il “destino di un nome” ovvero le motivazioni dell'intitolazione dello scalo cittadino a Guglielmo Marconi ■



Il Customer Relationship Management delle Camere di Commercio



L'Unioncamere Emilia-Romagna e le Camere di commercio della regione hanno aderito al progetto CRM (Customer Relationship Management) “Ciao Impresa”, avviato nel 2003 dall'Unioncamere nazionale. Il Customer relationship management è volto ad aumentare la conoscenza più approfondita dell'utenza ed impostare azioni di informazione, su strumenti come fax, posta tradizionale, e-mail e sms. L'obiettivo è di inviare comunicazioni specifiche e veicolare notizie più mirate alle attività di impresa e professionali, su convegni, iniziative e servizi nel campo dell'internazionalizzazione, della formazione del capitale umano, della responsabilità sociale d'impresa, del trasferimento dell'innovazione tecnologica, della semplificazione amministrativa ed altri. Attualmente, la piattaforma regionale CRM conta oltre 6000 iscritti. In questa ottica, anche “Econerre”, unica pubblicazione periodica regionale interamente dedicata all'economia del territorio, vuole caratterizzarsi sempre più come strumento per i suoi destinatari: imprenditori, amministrazioni ed enti pubblici, organizzazioni economiche, professionali e sindacali.

Per questo chiediamo a voi, gentili lettori, di dedicarci pochi minuti di attenzione e di contattare la segreteria di redazione c/o Unioncamere Emilia-Romagna viale Aldo Moro, 62 40127 Bologna, via fax allo **051 6377050** o telefonicamente allo **051 6377011** per segnalare eventuali errori nell'indirizzo postale a cui viene inviata la rivista o indicare altri lettori interessati a ricevere *gratuitamente* la pubblicazione. Per essere sempre informati sulle attività del sistema camerale per le imprese registrarsi alla pagina di Ciao Impresa, la piattaforma di gestione utenti delle Camere di commercio. Indirizzo http://www.ciaoimpresa.it/Public/RegistrazioneNew.aspx?CamCom_ID=59

di Giorgia Mazzotti

L'azienda centese non solo non sente la crisi, ma continua ad assumere nuovo personale

Macchine per la pasta Il boom di Fava

La crisi incalza, eppure c'è un'azienda emiliana che non solo continua a lavorare, ma proprio nel 2009 ha raggiunto il record degli ordini per i suoi macchinari e da tre anni non fa che aumentare l'organico. A fare il boom di assunzioni è Fava spa di Cento, in provincia di Ferrara, che

progetta e costruisce da oltre settant'anni impianti per pastifici. Ora Fava - vista la positiva risposta del mercato - ha scelto assumere gli operai messi in cassa integrazione da altre aziende metalmeccaniche della zona. Perché il boom produttivo di Fava

spa, per una volta, va di pari passo con un grosso investimento sulla forza lavoro locale.

Di fronte a tante aziende che riducono l'organico o de-localizzano il lavoro, Fava continua ad assume-

re sul posto. Poco più di 220, infatti, i dipendenti del 2007. Poi, già all'inizio del 2008 la cifra è salita a 235, per lievitare nel 2009 fino a 263. "La maggior parte delle nuove assunzioni - ci tiene a precisare l'amministratore delegato Luigi Fava - sono a tempo determinato, legate proprio a questo picco produttivo". E quasi la metà di questa trentina di neo-assunti sono operai in cassa integrazione di altre aziende del settore. "Abbiamo accolto favorevolmente la proposta avanzata dalle nostre rappresentanze sindacali - dice Fava - e queste assunzioni a tempo determinato, benché non presentino alcun vantaggio economico, ci hanno consentito di fare un'operazione socialmente interessante e, nello stesso tempo, di avere manodopera altamente specializzata".

La qualità dei prodotti, infatti, è la chiave di volta di questa società, che annovera tra i propri clienti i maggiori produttori di pasta, tra i quali

Barilla, De Cecco, Garofalo e Amato. "E molti di questi marchi sono clienti storici e fidelizzati", tiene a precisare il rappresentante di terza generazione della famiglia di industriali centesi. Ma come mai tanto successo in un periodo di crisi generale e conclamata? Lo spiega l'amministratore delegato. "Quello del food è un settore anticongiunturale e la pasta lo è in modo in particolare". Insomma, quando il portafoglio piange si tagliano tante spese, ma alla pastasciutta nessuno rinuncia. Anzi, continua ad essere venduta più che mai. È così che il 2008 e il 2009, assicura Fava, sono stati due anni straordinari. E prosegue: "La previsione per la fine dell'anno è di raggiungere un valore di produzione di 72 milioni con 30 linee per la pasta che usciranno dai cancelli dell'azienda per essere consegnate in giro per il mondo". L'esportazione copre infatti quasi l'80 per cento della produzione. L'Italia resta il Paese di riferimento,

Tra i clienti tutti i "big" del settore. La quota export sfiora l'80%

LA STRATEGIA

Un obiettivo raggiunto a suon di investimenti in R&S La produttività più alta del mondo

“La ricerca e lo sviluppo - fa notare l'amministratore delegato Luigi Fava - per noi sono da sempre un elemento imprescindibile. Già agli esordi, come pionieri dell'automatizzazione della produzione, sono stati numerosissimi i brevetti depositati, ma ancora oggi investiamo tra i 2 e i 3 milioni all'anno nell'innovazione, attività coordinata direttamente da mio padre Enrico, presidente e colonna portante dell'azienda". I settori su cui è concentrata attualmente la ricerca? "Le tecnologie di essiccazione

e soluzioni meccaniche innovative per aumentare l'efficienza delle linee". E i risultati da cui si parte sono notevoli: Fava è stata la prima azienda a realizzare le macchine con la più alta capacità produttiva al mondo. Sono 6mila i chili di pasta all'ora che vengono sfornati dalle linee che producono spaghetti e pasta lunga, 9mila chili all'ora per quelle da cui escono maccheroni, fusilli e pasta corta con 18mila pacchetti a disposizione allo scoccare dei sessanta minuti ■



con un consumo di pasta interno stabile di 28 chilogrammi in media a testa. "I nostri impianti, però - racconta Fava - durano almeno 30-40 anni. Difficile, quindi, che vengano sostituiti, ma magari se ne affiancano dei nuovi a quelli già esistenti". Ciò significa che anche nel Belpaese gli ordini non possono più assorbire tutte le risorse, come succedeva agli esordi, ma vanno di pari passo con l'espansione della produzione.

Bene, allora, quando i marchi Made in Italy esportano; e bene anche quando sono altri Paesi a lanciarsi in questo tipo di produzione. Del resto - fa notare Fava - il mercato della pasta è in grande sviluppo in tutto il mondo. Come sta succedendo, ad esempio, in Medio Oriente e in alcuni Paesi dell'Africa. Ecco allora Nigeria, Costa d'Avorio, Mozambico ed Etiopia che negli ultimi cinque o sei anni hanno investito sulla produzione di pasta locale, con una predilezione per gli spaghetti. Ma a sfornare pacchetti di pasta ci si sono messi da una decina d'anni anche Egitto, Dubai, Arabia Saudita, Oman. E in un Paese come l'Iran solo negli ultimi 4 anni sono stati venduti ben 6 impianti. In Russia, poi, i primi grandi impianti risalgono al 1989, ce ne sono anche in Sud America, ma maggiori commesse arrivano dal

Nord America, con gli Stati Uniti e il Canada. Proprio negli Usa tra l'85 e il 95 per cento del parco macchine ha il marchio Fava. L'azienda centese produce linee e impianti per la produzione di pasta lunga, pasta corta e anche per cous cous. Inevitabile quindi la capacità di penetrazione ormai

storica nei Paesi del nord Africa. Tunisia, Algeria e Marocco sono clienti fidelizzati già da una ventina d'anni. Perché è ancora dai cancelli di via IV Novembre che escono le macchine con la più alta capacità produttiva al mondo. Per saziare la fame in ogni angolo del pianeta ■

LA STORIA

Il segreto di un successo lungo tre generazioni **Automatizzare la tradizione**

Una storia di consolidato successo lunga 72 anni quella di Fava spa. Fondata nel 1937 da Augusto Fava, padre dell'attuale presidente Enrico e nonno dell'amministratore delegato Luigi, l'azienda ha avuto una crescita costante. Tutto comincia nel 1937, quando Augusto da progettatore e realizzatore di impianti idraulici si trova a lavorare per il Pastificio Barbieri di Cento, uno dei più conosciuti produttori di pasta alimentare di quei tempi. All'inizio il problema è semplicemente quello di smontare l'impianto idraulico di una nuova macchina per l'essiccazione, il cui collaudo non aveva avuto successo. L'idea di realizzare una macchina capace di automatizzare e di rendere continuo il trattamento di essiccazione del prodotto diventa un rovello per Augusto, che finisce per dedicare a questo obiettivo tutte le proprie energie e il proprio tempo libero. Nasce così il progetto di una macchina che funziona secondo principi e tecniche decisamente innovativi, rispetto alle soluzioni prospettate da diverse industrie specializzate nel settore degli impianti per pastifici (Garbuio di Treviso, Pagano di Napoli, Reggiane di Reggio Emilia). Il primo esemplare viene montato e collaudato proprio all'interno del Pastificio Barbieri. Entrato in funzione, l'essiccatoio è acquistato dallo stesso pastificio centese. Nel giro di pochi mesi - raccontano dagli uffici dell'azienda - la novità viene presentata in giro per l'Italia e fatta apprezzare dai tecnici dei principali pastifici.



A sottoscrivere le prime ordinazioni sono la Bertagni di Bologna e la Barilla di Parma. Fava si trasferisce in locali più ampi e seguono numerosi ordini da parte di nomi come Buitoni, Voiello e Pantanella. All'inizio del 1939 la società Braibanti di Milano, leader nella commercializzazione di impianti completi per pastifici, dimostra un particolare interesse per la produzione. Ne segue un ulteriore ampliamento e in breve la capacità di soddisfare gli ordini ricevuti al ritmo di una macchina al mese. Con la guerra l'attività subisce una forzosa frenata, ma già dal settembre '45 vengono riallacciati i contatti con la Braibanti.

Nel 1950 la Ditta Mario Fava e Figli si trasforma in una società di capitali, la Essiccatoi Fava Srl, e nel 1963 assume la forma giuridica attuale, diventando una società per azioni. Oggi la Essiccatoi Fava spa impegna un'area di 45mila metri quadrati e vede al timone la terza generazione della famiglia del fondatore ■



di Giacomo Quadri

L'impresa reggiana ha vinto la propria sfida: con il mercato e con i software automatici

Artigiani della parola

La parabola di Studio Tre

Tre, come i servizi forniti: traduzioni, interpretari, organizzazione di eventi. Tre, come le titolari: Francesca Farioli e Maura Bottazzi, fondatrici dell'azienda nella Reggio Emilia di fine anni Settanta, e Letizia Palladino, entrata recentemente in società, dopo dodici anni trascorsi al loro fianco come dipendente. Tre, infine, come i decenni di attività che hanno portato la società a diventare leader nel proprio settore, raggiungendo il milione di euro di fatturato: non male per chi "vende parole".

Pioniere del settore delle traduzioni, ora l'impresa vanta clienti in tutta Europa

Oggi Studio Tre festeggia il proprio compleanno regalandosi un anno quasi senza crisi. "Nel preconsuntivo di giugno abbiamo registrato - racconta Maura Bottazzi - una leggera flessione, poco meno del 5%". Ma già alla fine dell'estate le prospettive per i mesi a venire erano migliorate. In azienda sono in 12, tutte donne, e governano una rete di 560 collaboratori sparsi per il mondo. Le lingue con le quali lavorano? Tutte, dialetti afgani compresi. Studio Tre vanta clienti in tutta Europa, ma attraverso la sua storia si può leggere soprattutto la parabola del tessuto produttivo locale. "Quando fondammo l'azienda - racconta Maura Bottazzi - le lingue richieste dalle imprese locali erano le quattro più diffuse: inglese, francese, tedesco e spagnolo. Oggi, in seguito all'ingresso di nuovi Paesi nell'Unione Europea e al fenomeno della globalizzazione, il numero delle lingue utilizzate è in costante crescita, le società che si avvalgono dei nostri servizi sono diventate medio/grandi e operano



in tutto il mondo". La scelta operata fin dall'inizio da Studio Tre è stata la qualità. "All'inizio i clienti - ricorda Bottazzi - non ne avvertivano il bisogno, non ne comprendevano l'importanza". Sono state loro a imporsi, tante volte: "Sì, perché sapevamo che quel testo, quella brochure in lingua, sarebbe stato il biglietto da visita per l'impresa, e se le parole non fossero state quelle giuste, quelle che un madrelingua avrebbe utilizzato, questo avrebbe rischiato di vanificare tanti sforzi". Attenzione, però, perché "parole giuste" non vuol dire "parole corrette", non solo.

"Non basta la traduzione letterale - spiega, infatti, Maura Bottazzi - bisogna sapere qual è il contesto, l'universo lessicale complessivo nel quale quel termine per quella lingua si inserisce". Per questo l'avvento dei software che promettevano traduzioni automatiche, pochi anni fa, a Studio Tre non ha mai fatto paura: "Possono andare bene per traduzioni approssimative, per capire ad esempio che cosa più o meno vuole dire un testo in una lingua straniera. Ma quando si tratta di produrre il proprio 'billetto da visita' ci vuole ben altro". "Questo significa - proseguono le tre socie - migliaia di parole tradot-

Nella foto, da sinistra
Francesca Farioli,
Letizia Palladino
e Maura Bottazzi



te giorno dopo giorno, per progetti che spaziano in tutti i settori e richiedono un'accurata ricerca del traduttore più idoneo per ogni tipologia di testo e un attentissimo lavoro di revisione e controllo qualità, garanzie che forniamo per tutte le nostre traduzioni. Le nostre carte vincenti per fidelizzare la clientela sono qualità, tempestività e affidabilità, necessarie per differenziarci dalle tante realtà non specializzate presenti sul mercato".

Studio Tre ha sviluppato così una rete di collaboratori sempre più mirata. "Abbiamo traduttori diversi da una lingua straniera all'italiano e dall'italiano a quella stessa lingua

straniera". Non solo: "Per tutte le lingue più utilizzate, e oggi sono davvero tante, abbiamo specializzato ulteriormente i traduttori in base alla materia di competenza, per essere sicuri di utilizzare il gergo tecnico adeguato". Questa capacità di assecondare l'evoluzione del tessuto produttivo e le sue esigenze ha sempre caratterizzato la società, a tutti i livelli. All'inizio i testi venivano dettati al telefono o portati a mano dai clienti in sede. Poi, nell'84, arriva il telex: "Il primo in tutta la provincia di Reggio lo acquistammo noi - ricorda Maura Bottazzi - lo usavamo per realizzare in modo più efficace il nostro servizio, ma iniziammo a metterlo anche a disposizione delle imprese che ne avevano bisogno". Stesso discorso, qualche anno più tardi, con il fax.

Precisione e organizzazione, doti molto femminili, hanno progressivamente portato Studio Tre ad ampliare i propri servizi anche all'organizzazione completa di eventi e convegni, offrendo interpreti simultaneisti e consecutivisti, impianti ad hoc per ogni necessità, segreteria organizzativa pre/post convegno e hostess. Questo servizio ha riscosso una soddisfazione tale che oggi vale circa un quarto del fatturato. Un fatturato che non sta subendo in modo particolare le conseguenze della recessione.

"Abbiamo già affrontato - racconta Maura Bottazzi - la crisi del 1993, del 2001 e quella attuale, gestendo le difficoltà congiunturali senza venir meno alla ferma convinzione che la qualità sia l'unica vera strategia per resistere in un mercato sempre più complesso ed agguerrito". I risultati stanno dando loro ragione. Merito anche dell'evoluzione delle imprese. "Ormai - spiega Bottazzi - tutte, anche quelle di minori dimensioni, hanno capito che per agganciare la ripresa e consolidare una nuova stagione di sviluppo non si può prescindere dai mercati esteri e che per affrontarli in modo adeguato la qualità non è un optional".

Qualità dei prodotti, ma anche del servizio e quindi anche delle traduzioni cui ci si affida. "Abbiamo database dedicati a ogni cliente consolidato che ci permettono di

rimanere fedeli, anche se il traduttore dovesse cambiare, al gergo scelto per quel mercato, alla terminologia esatta". Neanche una parola fuori posto, insomma. E una cura del cliente che da sempre è, da queste parti, l'altra parola d'ordine. "Abbiamo uno staff - spiega Maura Bottazzi - che segue esclusivamente, in modo diretto e personale, i clienti maggiori. Abbiamo sempre difeso in modo ostinato due valori che per noi sono fondamentali per lavorare al meglio: la qualità professionale e la qualità relazionale, curando i rapporti con collaboratori e clienti con cordialità, rispetto e correttezza". E così Studio Tre continua, a servizio di un tessuto produttivo che ha imparato sulla propria pelle che non può fare a meno dell'internazionalizzazione e che quest'ultima, per essere condotta con successo, non può prescindere dalla qualità. A partire dalle traduzioni ■

IL PROGETTO



In occasione del compleanno Studio Tre si è regalato un sito nuovo. Oggi così all'indirizzo www.traduzionistudiotre.it potete trovare tutte le informazioni utili per accedere ai servizi della società, dall'elenco delle prestazioni ai contatti, passando per la possibilità di chiedere un preventivo gratuito e finendo con le curiosità, una sorta di "stupidiario", piccolo viaggio nelle disavventure che capitano quando si affidano le traduzioni a chi - a differenza di Studio Tre - non ha le competenze giuste ■

Pubb

Per un equilibrio compatibile e a misura d'ambiente

L'efficienza energetica e il maggiore ricorso a fonti rinnovabili sono i temi principali della sfida per la riduzione delle emissioni inquinanti per la tutela dell'ambiente. Il fabbisogno energetico è in costante crescita, mentre le fonti tradizionali si vanno riducendo

Il 2009 è stato l'anno del clima: richiamo necessario per mettere al centro le problematiche ambientali e le prospettive delle energie eco-compatibili, temi sempre più intrecciati.

Si ritiene infatti, da un lato, che la politica energetica debba garantire la sicurezza degli approvvigionamenti e puntare alla diversificazione delle fonti e sull'efficienza, con un utilizzo crescente delle energie rinnovabili. D'altro lato, la produzione ed il consumo di energia devono essere collegati ad una politica di riduzione dei gas serra, ritenuti i principali responsabili del surriscaldamento del pianeta.

I Paesi Europei stanno seguendo questa impostazione. La Direttiva 2009/28/CE sulla "promozione dell'uso dell'energia da fonti rinnovabili" ridisegna il quadro strategico per diffondere queste tecnologie, fissando un

obiettivo obbligatorio per ogni Stato membro per il raggiungimento della quota complessiva del 20% da energie da fonti rinnovabili sul consumo finale lordo di energia, da raggiungere entro il 2020. Entro il 2010, intanto, ogni Stato membro dovrà adottare un Piano di azione nazionale per le energie rinnovabili sulla base di linee guida adottate dalla Commissione Europea.

L'impegno si va rafforzando attraverso diverse iniziative (si pensi, in Emilia-Romagna, al piano energetico e alle linee guida sull'efficienza e certificazione energetica) che incentivano e sensibilizzano imprese e privati al ricorso a tecnologie innovative e performanti per migliorare la gestione dell'aspetto energetico.

Anche in regione sono diverse le aziende all'avanguardia che propongono soluzioni per trasformare un problema da risolvere in un'opportunità di sviluppo.

Ing.Ferrari spa, quasi un secolo al servizio dell'uomo e dell'ambiente

Dal 1917 Ing.Ferrari-Tecnologia per l'industria progetta e costruisce impianti per il benessere dell'uomo e la qualità ambientale.

Dai primissimi impianti meccanici ed elettrici per opere strutturali, a quelli per climatizzare gli ambienti più svariati e tenere sotto controllo i parametri ambientali, fino ai nuovissimi sistemi di produzione di energia da fonti rinnovabili ed ai servizi di manutenzione e telegestione globale, tutte le installazioni ed i servizi vengono progettati e realizzati per risparmiare energia e ridurre l'impatto ambientale.

È questa, in sintesi, l'attività di un'azienda vocata, da sempre, ad ascoltare e anticipare le esigenze in continua evoluzione dei diversi settori industriali. Ing. Ferrari è un'impresa che molto investe in ricerca e innovazione per elevare continuamente gli standard di tutti i processi aziendali e garantire ai clienti risultati di qualità, efficienza e risparmio, attraverso soluzioni integrate e con un minimo impatto energetico.

Ing. Ferrari affronta il futuro con solide basi di competenze tecniche, conoscenze aziendali e cultura. Così, nonostante lo scenario difficile, riesce a dare risposte concrete per far fronte alle urgenze legate alla crisi e alla sfida energetica a cui tutti siamo chiamati a diversi livelli: anzi, mai come oggi, Ing.Ferrari mette a disposizione tecnologie, risorse, passione, coinvolgimento e lavoro di squadra nell'ottica di uno sviluppo sostenibile.

L'aver sempre guardato all'ambiente come ad un patrimonio inestimabile da rispettare, e di conseguenza, l'aver fatto del risparmio energetico il proprio cavallo di battaglia e la propria mission aziendale, conferma l'importanza di una visione che

oggi si rivela vincente. "In realtà – sottolinea l'ingegner Pietro Ferrari – è l'unica visione possibile perché da essa dipende la nostra sopravvivenza. La tecnologia permette opportunità incredibili e a portata di mano, ma spetta a noi farne buon uso. Oggi la sfida vera, per tutti, è salvaguardare l'equilibrio ambientale del pianeta".

Per questo Ing.Ferrari è impegnata in prima linea nella diffusione di una cultura anti-sprechi e nello sviluppo di nuovi sistemi fotovoltaici e di trigenerazione. Il risparmio energetico non è più solo l'obiettivo fondamentale alla base di ogni realizzazione di impianti, ma una vera e propria divisione aziendale dell'impresa che ha sede a Modena. Una sezione specializzata, che fornisce un'ampia gamma di servizi, soluzioni integrate e specifiche per risparmiare e produrre energia.

Per conoscere l'azienda e le tecnologie che propone all'industria ed alla collettività consultare il sito www.ingferrari.it



ING.FERRARI®
tecnologia per l'industria



Telesios+E&ngi, una squadra di s

Lavorano in team ed in perfetta simbiosi. Teleios e E&ngi sono due società di ingegneria tra loro complementari, che nella sede di Castelmaggiore costituiscono un unico gruppo operativo, composto, complessivamente, da 25 persone tra tecnici, ingegneri, specialisti in scienze ambientali e tecnici.

Insieme sì, ma con competenze specifiche: Teleios è infatti una struttura di ingegneria "tradizionale" che ha nella progettazione di impianti di produzione di energie rinnovabili uno dei suoi settori principali. E&ngi è invece una realtà di ingegneria ambientale che ha nella valutazione della sostenibilità ambientale dei grandi impianti di produzione di energia da fonti rinnovabili uno dei suoi maggiori campi di attività.

Teleios è una società di ingegneria impegnata in un processo interdisciplinare di progettazione delle opere civili. Sua peculiarità è di affrontare ogni disciplina e aspetto dell'ingegneria a livello tecnico, scientifico e di professionalità ottimale. "Ogni settore da sempre interagisce con gli altri – precisa l'ingegner Pierpaolo Semproli che ne è presidente – grazie ad una proficua organizzazione aziendale che permette ad ogni componente dei vari team di lavoro di condividere la sua specifica professionalità, apportando in questo modo un valore aggiunto al processo progettuale che si va ad affrontare".

Teleios è una società di ingegneria civile all'avanguardia

che, nel settore dei grandi impianti per la produzione di energia rinnovabile è in grado di fornire servizi specifici.

"La nostra operatività – spiega Semproli – parte dalla progettazione preliminare – architettonica della centrale con la gestione dei procedimenti autorizzativi. Teleios supporta i propri clienti dalla fase di apertura del procedimento autorizzativo fino alla connessione alle rete nazionale e al collaudo finale". Teleios gestisce i rapporti con le amministrazioni comunali, provinciali, soprintendenze, ARPA, AUSL, spesso all'interno delle Conferenze di Servizi indette ai sensi del DLgs 387/03.

"Uno step successivo – aggiunge il presidente – è la progettazione impiantistica elettrica, meccanica e specialistica, per esempio il dimensionamento dei grandi impianti fotovoltaici a terra e su copertura. Teleios è in grado di svolgere tutte le indagini geologiche e geotecniche e geofisiche necessarie per la progettazione delle strutture interagenti con il terreno".

I progettisti di Teleios predispongono i progetti esecutivi, costruttivi e le relative relazioni di calcolo di strutture in acciaio e cemento armato, ordinarie e speciali, in conformità alle più aggiornate normative nazionali e internazionali, utilizzando i più accreditati software di calcolo e di modellazione.

"Teleios gestisce con i propri tecnici la direzione dei lavori delle centrali – ricorda l'ingegner Semproli – e con le proprie competenze è in grado di affrontare tutte le



TELEIOS
OFFICINA d'INGEGNERIA

Servizi tra ingegneria e tecnologia

problematiche relative alla gestione tecnica e contabile e di sicurezza di ogni tipo di cantiere edile”.

Nel pacchetto di servizi assicurati dall'azienda bolognese non mancano la certificazione e collaudo delle opere realizzate, ma anche conclude Semproli “la due diligence su progetti e opere, ricerche specialistiche e la consulenza a privati e enti pubblici”

E&ngi srl

E&ngi è una società di ingegneria ambientale che, nel settore dei grandi impianti per la produzione di energia rinnovabile, si occupa innanzitutto della verifica della idoneità ambientale delle aree individuate per la realizzazione delle centrali di produzione.

E&ngi srl – Environment & Engineering, è organizzata in quattro divisioni, ciascuna con un proprio responsabile, a cui competono alcune attività specialistiche di progettazione e consulenza, per la sicurezza ambientale e la tutela della salute.

“Seguiamo tutta la gestione delle procedure autorizzative di natura ambientale – precisa il presidente, l'ingegner Amedeo Tita – E&ngi supporta i propri clienti in particolare nei procedimenti amministrativi di natura ambientale quali l' Autorizzazione Integrale Ambientale (AIA – IPPC), la Verifica di assoggettabilità a VIA, Valutazione di Impatto

Ambientale (VIA), Valutazione Ambientale Strategica, Valutazione di Incidenza (VINCA)”.

Il gruppo di lavoro di E&ngi è formato da ingegneri (civili, ambientali, elettronici), fisici, laureati in scienze ambientali, geologi e tecnici in grado di affrontare in modo unitario e multidisciplinare ogni problematica di natura ambientale.

“E&ngi – aggiunge Tita – predispone per i propri clienti studi di Impatto ambientale per opere soggette a VIA, valutazioni di Incidenza per opere ricadenti in aree SIC, ZPS, ZSC. Ed ancora, studi per la verifica di sostenibilità ambientale di piani e programmi soggetti a VAS e analisi specialistiche in particolare nel settore della fisica ambientale: in particolare per l' impatto elettromagnetico (alte e basse frequenze), ed acustico in campo ambientale, ma anche nei luoghi di lavoro e di vita”. Il campo di attività si estende anche a progetti di dismissione di grandi impianti e di riqualificazione ambientale delle aree, analisi e valutazioni di impatto paesistico, piani di monitoraggio ambientale e ricerche specialistiche.

“Il nostro lavoro – conclude l'ingegner Tita – si riassume nella protezione dell'ambiente, la sicurezza e la tutela della salute, alla ricerca di soluzioni per garantire equilibrio tra l'uomo e l'habitat dove vive e si muove tutti i giorni. Per questo E&ngi svolge, a largo raggio, attività, di consulenza in campo ambientale per privati e enti pubblici.

Pubb



CPL Concordia, progetta la nuova energia di Vignola fino al 2035

La città di Vignola (in provincia di Modena) ha deciso quale sarà la sua energia del futuro, e ha scelto per i prossimi 30 anni l'energia rinnovabile di CPL Concordia, la multiutility modenese dell'energia. L'importo del project financing è di 4 milioni di Euro per la realizzazione della centrale termica ad energie rinnovabili, terminata la quale CPL Concordia si occuperà della gestione e conduzione (con manutenzione ordinaria e straordinaria dell'impianto) per i successivi 24 anni. L'importo complessivo del contratto per i 26 anni è stimato in circa 30 milioni di Euro. L'accordo fra l'Amministrazione Comunale e il gruppo cooperativo di Concordia – che quest'anno celebra i 110 anni dalla sua costituzione con un fatturato di oltre 300 Milioni di Euro e 1300 occupati – consiste nella realizzazione e futura gestione di una centrale di teleriscaldamento con cogenerazione e biomassa (legnosa) e della rete di teleriscaldamento. Per alimentare la caldaia a biomasse saranno utilizzati i cascami legnosi, che consentiranno vantaggi sia dal punto di vista delle tariffe (che usufruiranno del credito d'imposta), dei combustibili e delle ridotte emissioni inquinanti. CPL Concordia, attraverso la neo costituita società Vignola Energia, avrà l'onere di fornitura di energia termica alle utenze presenti e future per i prossimi 24 anni. I lavori sono iniziati con alcuni tratti di reti del teleriscaldamento e termi-

neranno per la stagione termica 2010-2011. Le utenze collegate alla centrale termoelettrica sono utenze comunali (scuola, municipio, centro nuoto), utenze provinciali (scuole superiori ricomprese nella Gestione Calore di CPL per la Provincia di Modena) e l'Ospedale di Vignola, che ricade sotto l'AUSL di Modena. Sono state previste inoltre le predisposizioni per l'allacciamento di due future utenze come il nuovo Polo scolastico e il nuovo Polo Sicurezza che contempla le nuove strutture operative di Vigili del Fuoco, Carabinieri, Polizia e Vigili Urbani. Roberto Casari, presidente di CPL concordia Group, spiega: "È stato un progetto fortemente voluto dall'Amministrazione comunale di Vignola, che ha deciso di avvalersi della nostra esperienza ormai ventennale in queste tecnologie, come dimostrano le realizzazioni di Predazzo in Trentino e presso l'Ospedale bergamasco di Seriate". Si tratta del primo impianto con queste caratteristiche energetiche realizzato in Emilia-Romagna a servizio di un intero comune. "Crediamo che la buona riuscita del progetto 'Vignola Energia', con soddisfazione di chi lo gestisce e di chi ne usufruisce, – conclude il presidente Casari – possa dare la spinta ad altre amministrazioni per procedere nella stessa direzione di una strategia energetica di lunga prospettiva".

Sogliano Ambiente, dai rifiuti solo vantaggi

Il partner ideale per trasformare il problema dei rifiuti in una opportunità di sviluppo economico. A queste caratteristiche corrisponde il profilo di Sogliano Ambiente S.p.A., moderna società di servizi, specializzata in progettazione, costruzione, gestione di impianti di smaltimento e recupero rifiuti e per il recupero energetico da biogas.

Costituita nel 1996 per la gestione della discarica del Comune di Sogliano al Rubicone per rifiuti urbani e speciali denominata "Ginestreto", Sogliano Ambiente nel tempo ha acquisito esperienza, competenze e professionalità specifiche, che le permettono oggi di confrontarsi a livello nazionale ed internazionale nel settore delle tecnologie di smaltimento e trattamento dei rifiuti.

"Sogliano Ambiente – spiega Daniela Cappelletti, responsabile servizio rifiuti, ambiente, qualità – ha tutti i requisiti per condurre un impianto secondo i più alti standard di professionalità, che le consentono la valorizzazione e il recupero di materia ed energia, a garanzia dei necessari livelli di sicurezza e compatibilità ambientale. Abbiamo maturato l'esperienza per progettare e costruire impianti con criteri qualitativi molto alti, certificati dai più severi organismi internazionali di controllo. I nostri servizi sono garanzia di qualità e sono fondati su un principio che mette al primo posto il rispetto dell'uomo e dell'ambiente in cui vive".

Dal 2006 l'azienda gestisce un impianto di cernita e valorizzazione, ai fini del recupero, dei rifiuti provenienti dalla raccolta differen-

ziata, realizzato nei pressi del sito di Ginestreto. Alle attività di gestione e conduzione di impianti, Sogliano Ambiente affianca la produzione di energia dai rifiuti (cogenerazione) e l'attività di progettazione e costruzione di nuovi impianti di trattamento, smaltimento (con potenzialità pari a 170 mila tonnellate all'anno) e recupero di rifiuti (fino a 40 mila tonnellate) certificata dall'organismo di qualificazione all'esecuzione dei lavori pubblici (SOA).

L'azienda ha ottenuto nel corso degli anni la conduzione degli impianti di produzione di energia elettrica ubicati presso le discariche di Tesselto, Civitella di Romagna, Urbino e Imola oltre a quello gestito a Sogliano al Rubicone. Attraverso l'aspirazione ed il recupero del biogas, la produzione media annua è di 49.500 Mwh che salirà con prossime installazioni.

Sogliano Ambiente spa si occupa inoltre del trasporto dei rifiuti fino agli impianti di smaltimento attraverso società controllata, la Sogliano Ambiente Trasporti e integra i propri servizi con il project financing per impianti di trattamento e smaltimento rifiuti.

Nel 2008, il gruppo ha registrato un trend di crescita positivo del 14%. Positivi anche gli indici connessi alla redditività ed al rapporto col sistema del credito.



Discarica di Ginestreto

Pubb



APPALTI PUBBLICI EUROPEI: I VANTAGGI DEL TED

TED, Tenders Electronic Daily, è la versione online del Supplemento alla Gazzetta ufficiale dell'Unione Europea serie S per gli appalti pubblici europei. La serie S contiene i bandi di gara per i seguenti settori: appalti pubblici di lavori, di forniture e di servizi in tutti gli Stati membri dell' UE; appalti per servizi di pubblica utilità (acqua, energia, trasporti e telecomunicazioni); appalti pubblici delle istituzioni dell' UE ; appalti del Fondo europeo di sviluppo (paesi ACP); progetti finanziati dalla Banca europea per gli investimenti, dalla Banca centrale europea e dalla Banca europea per la ricostruzione e lo sviluppo; appalti nello Spazio economico europeo (Norvegia, Islanda e Liechtenstein); avvisi concernenti i gruppi europei d'interesse economico (GEIE); appalti pubblici per servizi aerei, ecc..

TED viene aggiornato 5 volte a settimana con circa 1 500 avvisi di appalti pubblici.

TED consente di visualizzare, cercare e selezionare gli avvisi di appalti per paese, regione, settore commerciale, tipologia di documento e altro. Le informazioni relative ad ogni appalto

vengono pubblicate nelle 23 lingue ufficiali dell'UE. Tutti gli avvisi delle istituzioni dell'Unione europea sono pubblicati integralmente in tali lingue.

Oltre alle gare di appalto vengono pubblicati su TED anche gli inviti a manifestare interesse che consentono alle imprese selezionate di essere inserite in apposite liste di fornitori che vengono interpellati per lavori e forniture di importi più contenuti rispetto all'appalto. Le liste vengono rinnovate ogni tre anni e comprendono aziende di diversi settori provenienti da tutti gli Stati membri.

Gli utenti che si registrano possono accedere all'intero contenuto del TED, compreso l'archivio (di 5 anni), personalizzare i profili di ricerca, secondo le proprie esigenze e ricevere e-mail di alert sulla base dei profili di ricerca salvati

Per ottenere maggiori informazioni è possibile visitare il sito <http://ted.europa.eu> o inviare una richiesta ad Unioncamere Emilia-Romagna via e-mail all'indirizzo: simpler@rer.camcom.it oppure via fax al n. 051.6377050.

Notizie dall'Unione Europea

VIA AL TRATTATO DI LISBONA

Il 1° dicembre 2009 entra in vigore il Trattato di Lisbona. Le norme contenute nel documento hanno lo scopo di migliorare il funzionamento dell'Unione europea semplificandone il processo decisionale e adeguandolo alla nuova dimensione raggiunta dall'UE dopo l'allargamento ad est. Le principali novità riguardano il rafforzamento del ruolo del Parlamento europeo attraverso l'estensione della procedura di codecisione, l'istituzione della figura del Presidente del Consiglio europeo, che rimarrà in carica 2 anni e mezzo, e dell'Alto rappresentante dell'Unione per gli affari esteri e la politica per la sicurezza. Le decisioni saranno prese, nella quasi totalità dei casi, a maggioranza qualificata eliminando, di fatto, il diritto di veto degli Stati membri. Il Trattato attribuisce una particolare rilevanza al settore energetico, prevedendo nuove disposizioni che garantiscono il buon funzionamento del mercato dell'energia, in particolare per quanto riguarda l'approvvigionamento energetico e lo sviluppo di fonti di energia nuove e rinnovabili. Il Trattato di Lisbona estende, inoltre, le competenze dell'UE a nuove materie quali lo sport, il turismo, la protezione dei dati personali e della proprietà intellettuale, l'energia e la salute pubblica e prevede l'introduzione del diritto di iniziativa popolare attraverso il quale i cittadini dell'UE potranno

non inviare proposte alla Commissione europea.

Rif.: http://ec.europa.eu/news/eu_explained/0912_01_it.htm

Recepimento del diritto comunitario

L'UE FINANZIA LA LOTTA AL CRIMINE ORGANIZZATO IN ITALIA

L'UE cofinanzia un programma multiregionale denominato "Sicurezza per lo sviluppo" del valore di 1,2 miliardi di euro nel periodo 2007-2013 il cui scopo principale è migliorare la sicurezza in 4 regioni dell'Italia meridionale (Calabria, Campania, Puglia e Sicilia). Di tale importo, 91 milioni di euro saranno spesi in progetti per convertire terreni e proprietà che appartenevano alla mafia. Altri 36,5 milioni di euro saranno dedicati allo stesso scopo attraverso programmi regionali. L'Italia è il terzo maggior beneficiario della politica di coesione dell'UE dopo la Polonia e la Spagna. Tra il 2007 e il 2013, l'Italia beneficerà d'investimenti per 28,8 miliardi di euro di cui 21,9 provenienti dal Fondo europeo di sviluppo regionale (FESR) e 6,9 dal Fondo sociale europeo (FSE).

Rif.: <http://europa.eu/rapid/pressReleasesAction.do?reference=IP/09/1856&format=HTML&aged=0&language=IT&guiLanguage=en>

ELETTRICITÀ VERDE: LA COMMISSIONE DEFERISCE L'ITALIA ALLA CORTE DI GIUSTIZIA

La Commissione europea ha deciso di deferire l'Italia alla Corte di Giustizia per il

mancato riconoscimento di alcune garanzie di origine rilasciate da altri Stati membri dell'UE come previsto dalla direttiva 2001/77/CE sull'energia elettrica prodotta da fonti energetiche rinnovabili. La direttiva obbliga gli Stati membri ad introdurre un sistema di garanzie di origine e a riconoscere quelle degli altri Stati membri. Pur adottando questo sistema, l'Italia ha negato nel 2005 il riconoscimento di alcune garanzie di origine per l'energia prodotta in Francia, Grecia e Slovenia per presunte irregolarità legate ai ritardi nel recepimento in alcuni Stati membri della direttiva. Dopo aver indagato in merito, la Commissione è giunta alla conclusione che il rifiuto delle autorità italiane di riconoscere le garanzie di origine per l'energia elettrica prodotta nel 2005 è ingiustificato. L'Italia ha pertanto violato l'articolo 5, paragrafo 4, della direttiva. Il deferimento alla Corte di Giustizia fa seguito all'invio nel marzo scorso, di un parere motivato da parte della Commissione.

Rif.: <http://europa.eu/rapid/pressReleasesAction.do?reference=IP/09/1799&format=HTML&aged=0&language=IT&guiLanguage=en>

Bandi comunitari e appuntamenti

INVITO A PRESENTARE PROPOSTE ICT POLICY SUPPORT PROGRAMME

L'obiettivo prioritario del programma ICT Policy Support Programme è stimolare l'innovazione e la competitività attraverso un



maggior utilizzo e un migliore uso delle tecnologie dell'informazione e della comunicazione da cittadini, governi e imprese. Possono partecipare ai bandi pubblicati nell'ambito del progetto società private, PMI, autorità nazionali, centri di ricerca e università. Il prossimo bando sarà pubblicato all'inizio del 2010. Le tematiche previste saranno: TIC (tecnologie dell'informazione e della comunicazione) per migliorare i servizi ai cittadini; TIC per la salute; librerie digitali; TIC per la mobilità intelligente e per un'economia a bassa emissione di CO₂; web multilingue.

Il budget sarà di circa 115 milioni di euro. La scadenza per la presentazione delle proposte è prevista per giugno 2010.

Rif.: http://ec.europa.eu/ict_psp

7° PROGRAMMA QUADRO NANOTECNOLOGIE: INVITO A PRESENTARE PROPOSTE

È stato pubblicato un invito a presentare proposte nell'ambito del 7° Programma Quadro di Ricerca e Sviluppo per la priorità tematica nanotecnologie, nanoscienze, materiali e nuove tecnologie di produzione. Il bando è aperto a imprese, istituti di ricerca e università e finanzia progetti collaborativi finalizzati allo sviluppo di nuove tecnologie e nuovi prodotti. Le idee progettuali devono essere presentate almeno da 3 soggetti giuridici, provenienti da 3 Stati membri differenti. La dotazione finanziaria è di 6,5 milioni di euro

e la scadenza per la presentazione delle proposte è il 2 febbraio 2010.

Rif.: http://cordis.europa.eu/fp7/dc/index.cfm?fuseaction=UserSite.CooperationDetailsCallPage&call_id=261

Finanziamenti alle imprese

BANDO EUROTRANS-BIO

Nell'ambito del programma europeo Eurotrans-bio, il Ministero dello Sviluppo Economico mette a disposizione 5 milioni di euro, a valere sul FIT (Fondo per l'Innovazione Tecnologica), per promuovere progetti transnazionali d'innovazione industriale in tutti i campi applicativi delle biotecnologie. Il programma ETB si propone di sostenere la crescita delle piccole e medie imprese nel settore delle biotecnologie in Europa e coinvolge ad oggi 15 organismi attivi in 12 diversi Paesi e Regioni (Austria, Regioni delle Fiandre e della Vallonia in Belgio, Finlandia, Francia, Germania, Italia, Paesi Bassi, Ungheria, Regioni della Catalogna, di Madrid e dei Paesi Baschi in Spagna). Il bando si rivolge alle PMI e sostiene progetti di ricerca applicata e sviluppo sperimentale realizzati in collaborazione con altre imprese e organismi di ricerca. Possono presentare proposte consorzi composti da almeno 2 imprese provenienti da almeno 2 Paesi partecipanti a EuroTrans-Bio. Ai raggruppamen-

ti di progetto possono partecipare anche grandi imprese, università, Enti pubblici di ricerca e centri di ricerca, purché il coordinamento sia affidato ad una PMI, che si assuma una parte significativa delle attività previste dal progetto. Le risorse complessive sono pari a circa 30 milioni di euro. Le e proposte dovranno essere presentate il entro il 1° febbraio 2010.

Rif.: http://www.sviluppoeconomico.gov.it/primo_piano/dettaglio_primopiano.php?sezione=primopiano&tema_dir=tema2&id_primopiano=83

ACCORDO BEI - UNICREDIT PER FINANZIAMENTI ALLE PMI ITALIANE

La Banca Europea per gli Investimenti e UniCredit Group hanno firmato un accordo per un finanziamento da 300 milioni di euro destinato alle piccole e medie imprese italiane.

L'accordo si inserisce nell'ambito della politica istituzionale europea che la Bei, in collaborazione con i gruppi bancari, sta perseguendo per migliorare le possibilità di accesso al credito da parte delle PMI nell'attuale fase di uscita dalla crisi economica. I fondi Bei saranno indirizzati alle piccole e medie imprese beneficiarie attraverso UniCredit Leasing e potranno finanziare anche il 100% dei progetti fino ad un massimo di 12,5 milioni di euro per progetto.

Rif.: <http://www.eib.europa.eu/projects/press/2009/2009-234-italy-eur-300-million-eib-loan-for-smes-granted-to-unicredit-leasing.htm?lang=en>

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



L'Europa alla portata della vostra impresa.

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

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

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

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

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

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

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

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

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

Pubb

Pubb