
RASSEGNA STAMPA

11 - 17 aprile 2014

Non basta risolvere i problemi: bisogna farlo subito

Paolo Govoni, Presidente CNA Emilia Romagna



Il lavoro dell'Osservatorio ci serve per analizzare e capire meglio la realtà e ci porta a rivendicare il ruolo di traino dell'economia nazionale svolto dalle nostre tre regioni

I dati sono drammatici e paradossali. Da una parte si sente parlare di ri-presa che io vorrei capire e vedere, perché la piccola impresa non la percepisce proprio questa ripresa, dall'altra vediamo bene la pressione fiscale che aumenta.

Non si può andare avanti così, si tolgono risorse agli investimenti.

Paradossale è che le regioni che

pagano più tasse allo Stato, le nostre tre tra queste, hanno meno dallo Stato in quantità di risorse e di servizi.

E' molto facile andare a prendere soldi da chi produce lavoro, ma questo crea danni enormi a tutto il tessuto economico. E' più facile fare tagli lineari, piuttosto che andare ad eliminare gli sprechi, a razionalizzare la spesa.

Attualmente le tasse aumentano, le banche non danno credito, dove trovano le imprese le risorse per poter lavorare per lo sviluppo?

Bisogna assolutamente far calare la pressione fiscale, perché non sono tutti responsabili come noi.

Il fenomeno dei forconi ad esempio, che nasce anche per queste motivazioni, non va sottovalutato o enfatizzato, ma capito.

Noi confederazioni dell'artigiano, del commercio e del terziario abbiamo deciso di far sentire al governo la nostra voce, con una manifestazione a Roma che segna un punto di svolta, sono 30 anni che in Italia non si fa una manifestazione unitaria della piccola impresa così forte.

A Roma diremo basta, segheremo una discontinuità.

Abbiamo stimato una partecipazione di 30 mila persone, ma in questi giorni c'è un'adesione così forte e convinta nei territori che supereremo certo questo obiettivo.

Alcuni imprenditori porteranno i loro dipendenti, ci sono sindaci che vogliono partecipare.

Vogliamo rivendicare il ruolo fondamentale del nostro comparto a tutto il paese. Vogliamo dare un segnale fortissimo per dire basta ad una situazione inaccettabile e non più sopportabile.

Diremo "BASTA" alla pressione fiscale e al costo dell'energia.

Ci sono cose che si possono fare subito, come la semplificazione burocratica. Ammonta a 5 miliardi l'anno il costo della burocrazia per l'artigianato, quasi mai produttiva come il Sismi.

Siamo a livello di ultima chiamata e serve un segnale forte e ci deve essere la conseguenza immediata perché non basta risolvere i problemi, bisogna risolverli subito.

Ci sono settori allo sfascio come l'edilizia, con un meno 40 % in cinque anni, letteralmente in ginocchio.

Serve una forte presa di responsabilità, le imprese lo hanno fatto e lo hanno dimostrato. A Roma andremo a dire questo, a voce alta.

SUCCEDE A RONCARATI

Torreggiani alla presidenza di Unioncamere regionale



Maurizio Torreggiani

Maurizio Torreggiani, presidente della Camera di Commercio di Modena, è destinato a succedere a Carlo Alberto Roncarati al vertice di Unioncamere regionale.

Il ferrarese Roncarati era presidente da un triennio e aveva preso il posto di Andrea Zanlari, che era stato alla guida dell'ente regionale per i precedenti due mandati.

Ora Carlo Alberto Roncarati, che per molti anni è stato al vertice della Camera di Commercio di Ferrara, lascerà il posto al vicepresidente Torreggiani, che dal 2008, e per il secondo quinquennio 2013 - 2018, è presidente della Camera di Commercio modenese.

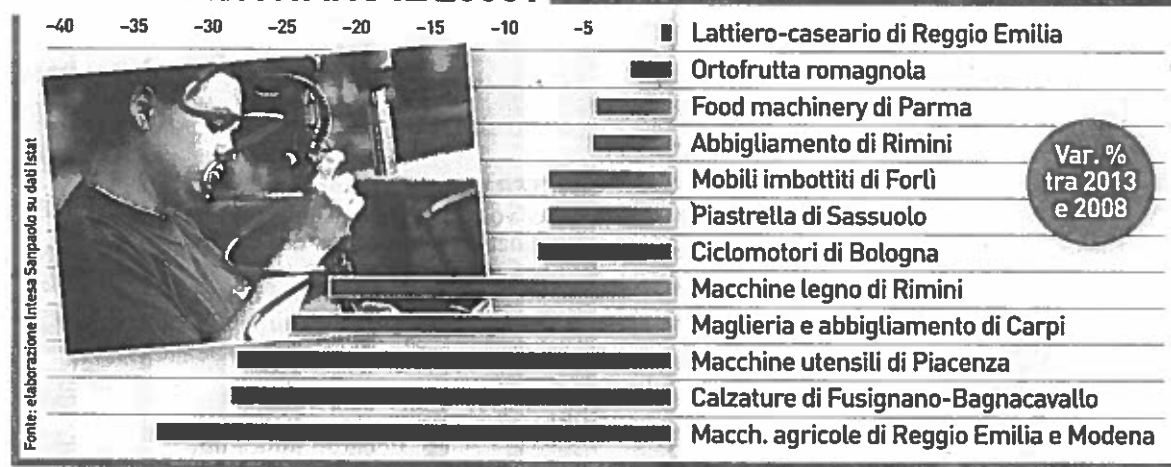
L'export dei distretti fra luci e ombre La ceramica tira, metalmeccanica giù

In Emilia Romagna esportazioni per quasi 11 miliardi: record storico

■ BOLOGNA

E' POSITIVO il 2013 per il sistema dei distretti dell'Emilia Romagna che ha chiuso l'anno con una crescita delle esportazioni del +3,6%, raggiungendo così i 10,9 miliardi di euro, nuovo massimo storico. A fare da traino all'export regionale i successi dei due distretti principali: le piastrelle di Sassuolo (+7%), primo della regione per valori esportati, e le macchine per l'imballaggio di Bologna (+7,6%). Sono questi i principali dati che emergono dal Monitor dei distretti industriali dell'Emilia Romagna curato dal Servizio Studi e Ricerche di Intesa Sanpaolo per Carisbo, Cariro-magna e Banca Monte Parma. Tassi di crescita a doppia cifra, ma sempre sul difficilissimo 2012, nei distretti delle calzature di San Mauro Pascoli (+14,1%), nel lattiero-caseario parmense (+27,2%) e nelle calzature di Fusignano-Bagnacavallo (+27,5%). Segnali positivi anche nei tre distretti dei salumi. Più contenuto l'incremento per le macchine agricole di Modena e Reggio (+3%), l'alimentare di Parma (+3,3%), le

QUANTO È LONTANO IL 2008?



macchine per il legno di Rimini (+0,2%) e le macchine per l'industria ceramica di Modena e Reggio (+0,3%). Prosegue invece il calo per la maglieria e abbigliamento di Carpi (-1,8%), terzo distretto della regione per valori esportati. Negativi anche i tre distretti della meccanica: i ciclomotori di Bologna (-9%), la food machinery di Parma (-5%) e le macchine utensili di Piacenza (-21,9%). Segni me-

no anche per i mobili imbottiti di Forlì (-5,4%), l'abbigliamento di Rimini (-5,3%), l'ortofrutta romagnola (-2,7%) e il lattiero-caseario di Reggio Emilia (-0,7%).

LA CRESCITA più sostenuta dell'export è verso i nuovi mercati (+7,2%), in particolare Turchia, Cina (compresa Hong Kong) e Ucraina. Scambi aumentati però anche sui mercati avanza-

ti (+1,5%), Stati Uniti in testa. In difficoltà le esportazioni in Germania e Russia, che sconta il rallentamento dell'abbigliamento di Rimini. Adriano Maestri, direttore regionale di Intesa Sanpaolo spiega: «Se per l'export della packaging valley si posiziona su valori record, per le piastrelle di Sassuolo la ripresa appare più lenta, condizionata dal fragile scenario del settore delle costruzioni».



La delegazione dell'Anam di Ferrara al Cosmoprof

AL COSMOPROF

Allievi acconciatori dell'Anam Un successo per Ferrara

Grande prestazione dei ragazzi dell'Anam di Ferrara ai Campionati Italiani di Acconciatura svoltisi al Cosmoprof di Bologna. I concorrenti ferraresi in una cornice di pubblico delle grandi occasioni e concorrenti da ogni parte d'Italia, nella gara riservata agli allievi nella prova "Trent" un centinaio di concorrenti, nella loro categoria sin sono fatti davvero onore e sono arrivati al podio più grande 1° Viktoriva Mazur, 2° Federica Vignali, 3° Leonardo Buzzoni, tutti allievi dell'Ecipar Cna di Ferrara e soci Anam centro di Ferrara. Preparati da diversi mesi dai docenti Gian Luca Morelli, Elena Malanchini, Federica Tomasi e

Daniela Bigli. Il trucco è stato curato da Sara Basini. Accompagnati dal presidente Anam, Giordano Conti e dal direttore didattico Valerio Lodi e da docenti Anam che danno la docenza in Ecipar. La rappresentativa ferrarese ha ricevuto i complimenti dal presidente nazionale Elio Vassena e dal direttore didattico nazionale Alessandro Granai.

«Un grazie anche a Ecipar - conclude il presidente Giordano Conti - che ci ha dato la possibilità di preparare al meglio i ragazzi. È stata una bellissima esperienza professionale e i meriti sono da dividere con tutti quelli che hanno collaborato».

Economia

Tra crisi e svolta Un anno in rialzo per i distretti produttivi della regione. Bene anche calzature e alimentari

Con l'export si torna a crescere E la via Emilia vale 11 miliardi

Balzo del 3,6%: tirano la volata piastrelle e imballaggio

L'anno d'oro dei distretti della via Emilia che hanno chiuso il 2013 con una crescita delle esportazioni del più 3,6%. Così alla faccia della grande crisi, l'export dei distretti ha raggiunto il record storico di 10,9 miliardi di euro. A tirare la volata dicono i numeri del centro studi di Intesa Sanpaolo - i due gioielli dell'economia regionale: le piastrelle di Sassuolo (+7%), primo della regione per valori esportati, e le macchine per l'imballaggio di Bologna (+7,6%). La packaging valley delle Due Torri ha superato i 2,3 miliardi di export, grazie soprattutto al boom dei nuovi mercati che rappresentano il 58% dei flussi complessivi. Il primo mercato resta la Germania (7,7%) poi Stati Uniti (6,9) e al terzo posto la Cina (6,4). La conferma che la congiuntura nel comparto è tutt'altro che negativa arriva dalla crescita rispetto a fine 2012 (più 9,5%) e le ottime previsioni il 2014.

Detto della coppia di campioni, lungo la via Emilia, hanno chiuso l'anno con il segno positivo altre dieci realtà industriali: le calzature di San Mauro Pascoli (più 14,1%), il lattiero-caseario

I distretti industriali dell'Emilia Romagna

	Miliardi di euro 2013	Comp. %	Variazioni % col corrispondente periodo			
			2012	2013	3° trim. 2013	4° trim. 2013
Totale distretti Emilia Romagna	10.944,1	100,0	5,3	3,8	2,7	4,5
Piastrelle di Sassuolo	2.841,8	24,1	2,8	7,9	6,9	9,0
Macchine per l'imballaggio di Bologna	2.357,0	21,5	9,5	7,6	8,5	3,4
Maglieria e abbigliamento di Carpi	841,4	5,9	-2,1	-1,8	-5,5	-8,8
Salumi del modenese	619,5	5,7	8,8	7,3	10,3	-3,4
Macchine agricole di Reggio Emilia e Modena	590,2	5,4	-11,3	3,0	2,8	15,0
Alimentare di Parma	573,8	5,2	11,1	3,3	-1,3	2,3
Abbigliamento di Rimini	530,8	4,8	7,9	-5,3	-2,8	3,3
Ortofrutta romagnola	510,8	4,7	9,4	-2,7	-3,0	-6,2
Ciclomotori di Bologna	438,0	4,0	21,1	-9,0	-23,0	-2,1
Food machinery di Parma	399,8	3,7	8,0	-5,0	-15,3	4,0
Calzature di San Mauro Pascoli	288,2	2,8	12,8	14,1	18,3	20,7
Salumi di Parma	288,0	2,6	6,7	6,8	8,4	8,8
Lattiero-caseario di Reggio Emilia	222,9	2,0	2,8	-0,7	-1,4	-0,1
Macchine legno di Rimini	222,0	2,0	0,2	0,2	3,1	-5,6
Lattiero-caseario Parmense	208,0	1,9	5,8	27,2	41,3	53,0
Mobili imbottiti di Forlì	157,8	1,4	-3,0	-5,4	-4,8	2,7
Salumi di Reggio Emilia	129,5	1,2	-3,8	7,7	1,8	3,4
Macchine utensili di Piacenza	93,4	0,9	12,5	-21,9	-27,3	17,7
Calzature di Fusignano-Bagnacavallo	31,4	0,3	-21,9	27,5	38,6	-12,0
Macchine per l'ind. ceramica di Modena e Reggio Emilia*	1.226,6		-2,9	0,3	20,9	2,9

CEAP/ITALIA

parmense (+27,2) e le calzature di Fusignano-Bagnacavallo (+27,5). Segnali positivi anche nei tre distretti dei salumi del modenese (+7,3), di Parma (+6,8) e di Reggio Emilia (+7,7). Più ridotta la crescita per le macchine agricole di

Ancora giù

Prosegue il calo per maglieria e abbigliamento e per la meccanica

Modena e Reggio Emilia (+3%), l'alimentare di Parma (+3,3%), le macchine per il legno di Rimini (+0,2%) e le macchine per l'industria ceramica di Modena e Reggio Emilia (+0,3%).

Prosegue invece il calo per

la maglieria e abbigliamento di Carpi (-1,8%), terzo distretto della regione per valori esportati. Negativi anche i tre distretti della meccanica: i ciclomotori di Bologna (-9%), la food machinery di Parma (-5%) e le macchine utensili di Piacenza (-21,9%). Cresciuto, invece, nel 2013 anche l'export dei due poli tecnologici: quello biomedicale di Mirandola (+6,3%) e l'Ict di Bologna e Modena (+9,8%). Per il primo, la ripresa non è stata sufficiente a compensare le perdite subite per effetto del terremoto: nel 2013 i flussi hanno toccato i 267,5 milioni di euro, valore inferiore del 19% rispetto al 2011. «L'eterogeneità delle performance è evidente anche nel recupero dei livelli persi — commenta Adriano Maestri, direttore regionale di Intesa Sanpaolo —. Se da un lato l'export del distretto delle macchine per l'imballaggio di Bologna, grazie ai successi sui mercati emergenti, si posiziona su valori record, per le piastrelle di Sassuolo la ripresa appare più lenta, condizionata dal fragile scenario del settore delle costruzioni nei principali partner commerciali. Su livelli ai massimi storici troviamo la maggioranza dei distretti dell'alimentare, mentre i ritardi più significativi sui livelli pre-crisi si osservano per alcuni distretti della meccanica e del sistema moda».

Marco Madonia

© 2014 INTESA SANPAOLO

Modena ECONOMIA

■ e-mail: cronaca.mod@ GazzettaModena.it

MONITOR DEI DISTRETTI » LE RILEVAZIONI DI INTESA SANPAOLO PER L'ANNO 2013

Piastrelle, l'export sale ancora (+7%)

Segnali continui di ripresa soprattutto grazie agli Usa (+14,7%). Bene il biomedicale, perde il tessile-abbigliamento

Si conferma positivo il quadro per il sistema dei distretti produttivi dell'Emilia Romagna, che nel 2013 registra una crescita delle esportazioni del +3,6%, raggiungendo così i 10,9 miliardi di euro, nuovo massimo storico. A fare da traino all'export regionale il successo delle piastrelle di Sassuolo (+7%), primo della regione per valori esportati (insieme alle macchine per l'imballaggio di Bologna a +7,6%). Sono questi i principali dati che emergono dal Monitor dei distretti industriali dell'Emilia Romagna curato dal servizio studi e ricerche di Intesa Sanpaolo per Carisbo, Catiromagna e Banca Monte Parma. Entrando nel dettaglio si osserva come il distretto delle piastrelle di Sassuolo, dopo il crollo del 2009, stia evidenziando una lenta ripresa: nel 2013 l'export è cresciuto del 7% portando i livelli degli scambi a 2,6 miliardi di euro, valori ancora inferiori rispetto al picco pre crisi di circa 8 punti percentuali. Nel 2013 è stato trainante l'export verso gli Stati Uniti (+14,7%): la ripresa del mercato immobiliare ha sostenuto la domanda di prodotti per le costruzioni e di piastrelle italiane. Gli scambi verso gli Usa si sono attestati a 275 milioni di euro, in progressivo recupero dai minimi toccati nel 2008, ma ancora lontani da un pieno rientro delle perdite subite. Le esportazioni sono cresciute anche in Francia (+3,1%) e Germania (+2,6%), primi due sbocchi commerciali che raggiungono rispettivamente 535 e 362 milioni di euro di valori scambiati. Dall'analisi dei principali mercati di sbocco, emerge una diversificazione geografica del distretto delle piastrelle piuttosto contenuta: nel 2013 i primi quattro mercati di sbocco, Francia, Germania, Stati Uniti e Belgio, hanno recepito 1,2 miliardi di euro, circa il 50% dell'export complessivo del distretto. Tra i mercati emergenti spiccano il mercato russo,

verso il quale l'export è cresciuto a doppia cifra nel biennio 2012-13, in recupero dopo il crollo del 2009, e l'Arabia Saudita, rispettivamente quinto e decimo sbocco commerciale del distretto modenese.

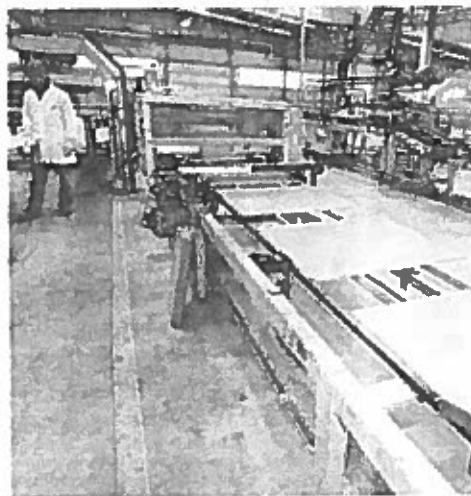
Segnali positivi anche nel distretto dei salumi modenese (+7,3%), trainato dai mercati inglese e russo. Più contenuto l'incremento per le macchine agricole di Modena e Reggio Emilia (+3%), trainato dalle vendite negli Stati Uniti, e le macchine per l'industria ceramica di Modena e Reggio Emilia, che chiude l'anno in crescita dello 0,3%.

Prosegue invece il calo per la maglieria e abbigliamento di Carpi (-1,8%), terzo distretto della regione per valori esportati, che registra una perdita sui primi tre mercati di riferimento quali Francia, Germania e Spagna.

È cresciuto nel 2013 anche l'export dei due poli tecnologi-

ci monitorati, il polo biomedicale di Mirandola (+6,3%) e il polo ICT di Bologna e Modena (+9,8%). Per il polo mirandolese si sono osservati segnali positivi importanti negli Stati Uniti, mentre sono calate le vendite in Germania e Francia (primo e terzo sbocco commerciale). Il recupero osservato non è però stato sufficiente a compensare le perdite subite per effetto del terremoto: nel 2013 i russi hanno toccato i 267,5 milioni di euro, valore inferiore del 19 per cento rispetto al 2011.

Nell'annata 2013 si è osservato un lieve ridimensionamento delle ore di cassa integrazione nei distretti tradizionali dell'Emilia Romagna (+5,7%). In contrazione le ore di cassa integrazione anche nei due poli tecnologici (-35,8% nel 2013), sia per l'ict che il biomedicale, determinata dal ridimensionamento delle ore di ordinaria e in deroga.



Un'azienda ceramica: continua la ripresa delle esportazioni di piastrelle

“ MASSIMO FERRANTE

Il segretario provinciale della confederazione: «Per farcela servono un buon prodotto, strumenti efficaci e consapevolezza»

di SILVIA SANTACHIARA

SOSTENERE le imprese nel salto verso i mercati internazionali. Questo l'obiettivo di 'Time to go - il mondo aspetta la tua impresa': progetto realizzato da Cna con il contributo della Camera di commercio e Unicredit per porta-

ALLEANZE
Il progetto è realizzato con i contributi di Unicredit e Camera di Commercio

re le aziende bolognesi a sviluppare il loro business nel mercato globale, dotandole di una vera e propria 'cassetta degli attrezzi' da utilizzare in questo campo. «In un momento in cui il Pil è regredito in tutta Italia, Emilia-Romagna compresa — ha detto il segretario della Cna, Massimo Ferrante — l'unico dato positivo e in controtendenza, tra quelli dell'ultimo trimestre 2013 in provincia di Bologna, è quello legato all'export».

Cna apre il mondo alle imprese «Puntare sull'estero è l'unica strada»

Servizi e consulenze per le aziende che vogliono espandersi fuori Italia



STRATEGIE E SVILUPPO
Da sinistra, Stefania Gamberini, responsabile internazionale di Cna, e il segretario Massimo Ferrante

MENTRE il fatturato è sceso del 2% rispetto all'anno scorso, quello estero è salito del 7%, toccando addirittura il 10% nel settore dell'artigianato. Tradotto: le imprese che decidono di lanciare l'amo oltre confine, hanno più probabilità di avere successo. Soprattutto per settori come moda, alimentari e meccanica, dove sono attesi tassi di crescita fino al



STORIE DI SUCCESSO
Sopra, Michele Maestrami (Iniziativa Moda Italiana). Sotto, Maria Pia Zanella, dell'omonimo panificio

2015 e ottime prospettive sui mercati asiatici, sudamericani e africani. Che il Made in Italy riscuota ancora un certo fascino nei Paesi esteri, è indubbio. Ma avere un buon prodotto non basta, «servono consapevolezza e strumenti efficaci», ha sottolineato Ferrante. Tanti quindi i servizi che Cna mette a disposizione: da uno sportello estero a informazioni statisti-

che e vere e proprie 'schede Paese'. Ma anche assistenza nell'avvio di relazioni commerciali, promozione sui mercati esteri, servizi di traduzione e una panoramica sulle misure di finanziamento.

INOLTRE, «prenderanno il via a maggio workshop gratuiti su marketing internazionale, strumenti di web marketing e incontri one to one per approfondire con esperti il proprio progetto di internazionalizzazione», ha spiegato Stefania Gamberini, responsabile area consulenza e internazionalizzazione di Cna. L'obiettivo? «Portare in tre anni sui mercati internazionali almeno mille imprese del territorio bolognese» ha concluso Ferrante. Il progetto sarà lanciato ufficialmente lunedì alle 19 al Museo della Storia di Palazzo Pepoli, in via Castiglione, dove esperti, giornalisti e imprese illustreranno, in un talk show condotto da Fabrizio Roveri, tendenze e strategie per portare con successo il Made in Italy nel mondo.

INIZIATIVE MODA ITALIANA

«Negozio a Parigi, più pubblicità Il fatturato? Non smette di salire»

«I **NOSTRI** clienti stavano invecchiando con noi, non c'era ricambio generazionale. Così abbiamo cambiato strategia e ci siamo lanciati nel mercato internazionale». A raccontarlo è Michele Maestrami di Iniziativa Moda Italiana, azienda specializzata in abbigliamento sartoriale da uomo. Nata nel 1948 grazie allo spirito imprenditoriale del nonno, oggi l'azienda conta 16 lavoratori, di cui tre titolari. «Vendevamo prodotti solo per il mercato italiano — spiega Maestrami —. Poi, 10 anni fa, abbiamo fatto il salto. Stava cambiando il modo di vivere, le abitudini, il modo di spendere. E quindi anche quello di vestire. Iniziava ad andare il mercato dell'abbigliamento sportivo e le soluzioni non erano molte: o cambiavamo prodotto, o ci aprivamo al mercato estero. Abbiamo scelto la seconda». Così, hanno aperto uno showrooom a Parigi, cambiato filosofia delle collezioni anche attraverso consulenze estere di stilismo, partecipato a fiere in giro per il mondo. Ma anche aperto un ufficio estero e cambiato modo di fare pubblicità. Il risultato? «Abbiamo iniziato ad aumentare costantemente il fatturato — dice Maestrami —. Se non avessimo fatto il salto, probabilmente avremmo già chiuso».

S. S.



PANIFICIO ZANELLA

Dal pane fresco al biologico doc E gli Usa conquistati con i cracker

UN'AZIENDA americana ha messo gli occhi su di loro. E da settembre manderanno nel North Carolina 90mila confezioni di cracker al mese. A fare il 'salto' verso il mercato internazionale è il panificio all'ingrosso Zanella, azienda a conduzione familiare, nata nel 1964.

«Abbiamo sempre prodotto pane fresco — racconta Maria Pia Zanella —. Poi, molti supermercati iniziarono a produrlo internamente, venne avanti il pane surgelato e la nostra produzione iniziava a calare». Così, prima tentarono con l'apertura di due negozi. Si chiamavano La Boulangerie. Poi, capirono che nemmeno quella era la strada del successo e, nel 2003, li cedettero.

«A **QUEL** punto abbiamo iniziato a frequentare il Sana con il pane a qualità controllata — prosegue Zanella —. Mi sono innamorata del biologico e ci siamo certificati. Abbiamo realizzato il sito Internet anche in inglese e preparato materiale promozionale. E nel 2010 siamo volati a Londra per partecipare alla fiera Natural Organic. Non andò benissimo, il nostro prodotto, le Nuvole, non era riconosciuto come italiano. Loro cercavano crackers e grissini». L'apertura verso il mercato globale però, era iniziata. Due anni fa sono entrati in contatto con un'azienda di prodotti biologici degli Stati Uniti, a cui faranno arrivare crackers di farro di monococco: farina prodotta in Italia e fornita al panificio dalla stessa azienda americana. E non mancano contatti anche in Germania.

S. S.

Le imprese modenesi: «Accesso al credito del tutto inadeguato»

È l'esito dell'osservatorio di Unioncamere per il 2013
Venturi di Cna spiega le ragioni dell'insoddisfazione diffusa

Accesso al credito. È la "bestia nera" delle imprese. Non è una novità, ma le imprese lo ricordano di continuo. La conferma arriva dall'osservatorio sul credito relativo all'anno 2013, dati elaborati da Unioncamere regionale, che confermano la percezione delle imprese modenesi su questa materia. Secondo l'indagine in provincia di Modena la maggioranza delle imprese rileva una stabilità di fatturato (53,5% nel secondo semestre); la destinazione principale delle risorse finanziarie dell'impresa è per le spese correnti (85% delle imprese) e il principale strumento finanziario utilizzato per reperire risorse è l'anticipo su fatture (46%). Tuttavia, ed è qui il tasto dolente, la maggior parte delle imprese modenesi ritiene inadeguato l'accesso al credito sia come quantità disponibile (50,5%), sia come tipologia di strumenti finanziari offerti (51,5%), sia come tempi di accettazione delle domande (52,5%). Nonostante ciò il 95,1% delle imprese dichiara di rispettare i termini e le condizioni di pagamento. «Occorre riflettere – commenta Umberto Venturi, presidente di Cna Modena – sul perché le imprese siano costrette ad accedere al credito. Due sono i motivi principali, che spingono le imprese a indebitarsi, confrontandosi con un sistema bancario che, dal canto suo, deve comunque rispettare delle regole, come quelle di Basilea 3, che in qualche modo limitano l'operatività quanto ad erogazione del credito. Bisogna cominciare a capire che al calo degli ordini e di fatturato che contraddistingue le imprese in questo periodo di crisi, corrisponde anche un innalzamento delle insolvenze

da parte dei clienti. Si parla non solo della pubblica amministrazione, i cui tempi di pagamento sono notoriamente troppo elevati, ma anche di clienti a loro volta imprenditori. Questo fa sì che, pur avendo bilanci buoni, le aziende si ritrovino prive di liquidità. Non dimentichiamo che le tasse si pagano sui crediti, non sui crediti incassati. L'altro aspetto, infatti, è rappresentato dalle tasse, sempre troppo elevate, mentre i fatturati sono sempre più bassi». Altro aspetto messo in evidenza dall'osservatorio

sul credito è quello relativo al ricorso ai Confidi, leggermente più basso in provincia di Modena (25,7%) rispetto al totale dell'Emilia Romagna (26,3%). «Oggi – conclude Venturi – l'unico scudo sul fronte del credito è rappresentato dai consorzi di garanzia. Ma non è uno strumento di cui si può abusare. Perché non potranno continuare a dare garanzie, se non vogliono rischiare di fare saltare i loro bilanci». (f.b.)

«Bene il Palatipico in piazza Roma ma sia permanente»

Rete Imprese Italia benedice l'idea di Torreggiani e rilancia Lega Nord: «Si faccia in piazza XX». Galli (Fi): «Al Novi Park»

«Una proposta accattivante ed al tempo stesso dal potenziale grande impatto. Non solo in proiezione Expo 2015, ma anche in relazione alla valorizzazione di Piazza Roma e di riflesso dell'intero centro storico. Senza trascurare le ricadute che potrebbe avere in termini di promozione turistica della città e del territorio modenese». E' questa la posizione di Rete Imprese Italia Modena - a cui aderiscono Confesercenti, Ascom-Confcommercio Fam, Lapam-Confartigianato e Cna - nei confronti della proposta avanzata dal presidente della Camera di Commercio di Maurizio Torreggiani, che ieri sul nostro giornale ha lanciato l'idea di Palatipico nel cuore di Modena per l'Expo del prossimo anno.

Le Associazioni ritengono che la proposta rappresenti uno stimolo fondamentale per definire una strategia di sviluppo per il centro. Finalizzata a tenere assieme le sue diverse



Il presidente della Camera di Commercio Maurizio Torreggiani

funzioni, a promuoverle e a favorire un'immagine differente: di città proiettata nel futuro, moderna e dai tratti europei.

«Lo stesso dibattito su piazza Roma e su come valorizzarla subisce in questo modo un'accelerazione: il Palatipico, coniugato, come sosteniamo da

tempo, ad un pieno recupero del Palazzo Ducale ad una vocazione più turistica - che preveda aggiunge Rete Modena oltre agli interventi necessari al restauro delle sue parti interne più pregiate, anche la possibilità di aprire il tratto di collegamento tra la piazza e corso Vit-



Intanto sono iniziati i lavori in piazza Roma

torio Emanuele - rappresentano nel loro insieme la 'proposta forte' in grado di controbilanciare la perdita di posti auto che "oggettivamente" ha indebolito l'accessibilità al centro. Per questo riteniamo che il Palatipico dovrebbe strategicamente trovare posto in centro anche dopo l'Expo».

Non solo le associazioni hanno raccolto l'assist di Torreggiani, ma anche il mondo politico dell'opposizione: «Il Palatipico è una grande idea - ha spiegato il consigliere regionale della Lega Nord Mauro Manfredini - la appoggio e mi congratulo con il presidente Torreggiani, ma sulla sede facciamo una riflessione: parla in

piazza XX Settembre consentirebbe di lasciare piazza Roma libera. E noi in piazza Roma vogliamo lasciarci le auto, per il bene del commercio modenese».

Posizione diversa, invece, per Andrea Galli, che sarà capolista di Forza Italia: «Per evitare il ripetersi di stupidaggini, manifesto l'assoluta contrarietà di Forza Italia ad un allestimento temporaneo che coprirà il Palazzo Ducale. La proposta che faccio, a nome di Forza Italia, è che l'eventuale posizionamento della struttura venga fatto nell'area del Novi Sad in modo da utilizzare anche il parcheggio».

Davide Berti