

RASSEGNA STAMPA

18 settembre 2008



CNA E LE IMPRESE **VALORE D'INSIEME.**

A cura dell'Ufficio stampa
CNA Regionale dell'Emilia Romagna

Istat: nel primo semestre le vendite all'estero sono migliorate del 5,9% (era +11,6% nel 2007)

Export regioni, rallenta la crescita

Centro Italia in rosso (-0,9%). Boom del Mezzogiorno (11,9%)

DI LEONARDO ROSSI

Il made in Italy va sempre bene sui mercati internazionali, ma il ritmo di crescita è dimezzato rispetto allo scorso anno, nonostante la spinta dei prodotti petroliferi raffinati che, in virtù del prezzo altissimo del greggio, hanno ampliato il valore delle vendite. Nel primo semestre dell'anno infatti, secondo l'Istat che ieri ha diffuso la consueta indagine sulle esportazioni delle regioni italiane, le vendite all'estero sono migliorate del 5,9%, contro il +11,6% messo a segno nel primo semestre 2007. L'andamento positivo delle esportazioni, si deve, comunque, a Lombardia (+6,1%), Emilia Romagna (+9,2%) e Piemonte (+8,1%); questo per quanto riguarda le regioni con le più alte quote di vendite all'estero. In assoluto le percentuali maggiori sono state registrate da diverse realtà del Sud, in particolare dal Molise (+21,3%) e dalla Sardegna (+43,1%). In quest'ultima regione l'incremento si deve soprattutto all'attività delle raffinerie di petrolio presenti sul territorio.

Nonostante il trend positivo delle vendite all'estero, ci sono quattro regioni con l'export in calo rispetto allo stesso semestre del 2007: sono Valle d'Aosta (-16%), Marche (-10,8%) e in misura minore Toscana (-1,8%) e Umbria (-1,9%). Come si vede tre appartengono all'area centrale dell'Italia che, unica ripartizione in rosso, nell'insieme è scesa dello 0,9%. Al contrario il miglior risultato è arrivato dal Mezzogiorno con un aumento dell'11,9%. Certo nel complesso l'export di questa ripartizione è stato piuttosto magro, la quota è pari a circa il 12% sul totale delle vendite nazionali all'estero, meno di quanto vende sui mercati internazionali il solo Veneto (12,5%), per non parlare della Lombardia che in questo semestre è arrivata al 28,5%. Tra le altre ripartizioni è il Nordovest, con una quota del 40,7%, a trovarsi in testa alla graduatoria degli esportatori, seguono il Nordest (31%) e il Centro (14,6%); stesso ordine per la crescita del primo semestre 2008 rispetto a gennaio-giugno 2007: Nordovest +6,6% e Nordest +6,1%.

L'analisi dell'andamento delle esportazioni per area di sbocco, secondo l'Istat, ha messo in evidenza che le esportazioni del Nordovest si sono indirizzate in particolare verso i paesi extra-Ue (+8,4%), con incrementi elevati verso i paesi del Mercosur, dell'Opec e della Russia. Riduzioni invece si sono verificate con il Giappone e con gli Usa. In Europa le esportazioni sono aumentate verso Francia (+5,5%) e Regno Unito (+4,6%). Anche l'aumento delle esportazioni del Nordest è dovuto principalmente alla crescita dei flussi verso i paesi extra-Ue (+8,5%), mentre verso i paesi comunitari c'è stato un incremento del 4,5% dovuto principalmente alla crescita ver-

so la Francia e la Germania. Stessa musica nell'area meridionale il cui aumento si deve ancora una

volta all'export diretto nei paesi non Ue (+20,3%) che hanno una velocità tripla rispetto al trend

dei paesi comunitari (+6,5%). Infine il Centro, unica ripartizione in flessione, ha registrato cadute

sia verso i paesi Ue (-1,3%) sia, in misura minore, verso i paesi extra-Ue (-0,4%).

Consumi nel combinato versione Elegance DPF 2.2: 17 km/l. Emissioni CO₂: 159 g/km.

La sicurezza ha esteso i suoi confini.

A te.

A chi ti precede.
Grazie al sistema ACC (Adaptive Cruise Control) che mantiene automaticamente la velocità e distanza di sicurezza.

Al guidatore sull'altra corsia.
Grazie al sistema LKAS (Lane Keeping Assist System) che mantiene l'auto all'interno della corsia.

E a tutto ciò che ti circonda.
Grazie al sistema CMBS (Collision Mitigation Brake System) che protegge da una possibile collisione in tre diverse fasi.



Nuova Honda Accord con allestimento Advance.
Scopritela nella settimana Accord
dal 15 al 20 settembre.

Gamma motori già conforme alla normativa Euro 5. Honda per Voi 800-88-99-77
www.nuova-accord.com



Accord
TOURER

HONDA
The Power of Dreams

Donne e imprese/Intervista a Cesarina Vagnoni, presidente di Cna Impresa donna Marche

Italiane ancora costrette a scegliere

La maternità non può essere solo un problema dell'azienda

DI THOMAS FOSCHINI

«**S**e fossi stata costretta a scegliere, avrei scelto di essere mamma». E invece? «E invece ho avuto l'aiuto prezioso di mia madre, senza il quale non avrei potuto essere un'impreditrice». L'aiuto della madre, ma anche quello del marito, che ha scelto di sostenere l'impresa di famiglia. Ha scelto, cosa più che mai rara, che a fare carriera fosse lei. Cesarina Vagnoni, presidente di Cna Impresa donna Marche, titolare di un'impresa di ricamo di qualità.

Domanda. Si torna al problema della conciliazione.

Risposta. La conciliazione dei tempi di vita e di lavoro in concreto ancora non esiste, anche se molti ne parlano. Non ci sono strutture o servizi tali da permettere a una donna di «non scegliere». Se decidi di essere madre non puoi occuparti del lavoro. Una donna è costretta a scegliere. Io sono profondamente orgogliosa di essere madre, ma lo ero anche del mio laboratorio.

D. Difficoltà che valgono in particolare per un'impreditrice.

R. Saper ricamare, avere un'impresa di ricamo nel mio caso significa occupare personale femminile al 90%. Il problema di una delle mie dipendenti diventa un mio problema. Attualmente ho quattro persone assenti, una per maternità, le altre per problemi familiari. Ed è spesso la mancanza di soluzioni concrete, di servizi come asili, servizi pubblici, strutture per l'accoglienza anziani, che costringe le lavoratrici ad assentarsi per un certo periodo dal lavoro. Restando alla mia esperienza, una



Cesarina Vagnoni

persona che lavora con me ha la madre gravemente malata. Ho cercato di darle un consiglio, ma le strutture sono distanti, e su cento richieste sono in grado di soddisfarne cinque.

D. Siamo davvero al punto di partenza?

R. Qualcosa si fa, ma più che altro per dire che lo si fa. Per arrivare a qualcosa di sostanziale, funzionale, la strada da percorrere è ancora lunga. Io ho frequentato la scuola materna 45 anni fa. Non è che da allora, sul lato dei servizi, siano stati fatti particolari passi avanti.

D. Questione anche di sensibilità maschile?

R. Anche. Che debba essere sempre l'uomo ad andare avanti è una sensibilità che dovrebbe cambiare. Diciamo spesso che ai vertici del potere ci sono uomini. Perché? Il motivo è che è sempre la donna a dover rinunciare. Ma intendiamoci, se una donna ha perseveranza, non sono questi problemi a fermarla. Certo per un'impreditrice è tutto più difficile, e per un'impreditrice del tessile che impiega manodopera

al 90% femminile è ancora più difficile. Se io spendo anni per formare una persona, quando questa mette su famiglia, e giustamente, perché i figli sono il nostro futuro, o lascia il lavoro oppure deve trovare delle soluzioni tampone, comunque problematiche.

D. Si è sempre prima mamma che impreditrice?

R. Sì, almeno nel mio caso è stato così. Se non avessi potuto contare su mia madre, su mio marito, se fossi stata costretta a scegliere, avrei scelto di essere mamma. Ora è diverso; i miei due figli sono grandi; uno ha 26 anni e l'altra 17. Magari non ci vediamo tutto il giorno, ma sanno dove lavoro, sanno dove trovarmi. Il peggio è passato.

Quando mia madre è venuta a mancare, con la bimba che aveva solo due anni e mezzo, mi sono sentita disorientata, abbandonata. È stato terribile dover occuparsi della casa, fare la spesa. Poi, di nuovo, i servizi: all'asilo non la prendevano, per la materna era troppo presto. In ogni caso, le strutture di solito tengono i bambini fino alle 16. E dopo?

D. Lei gestisce un'azienda di ricamo. Era la sua passione?

R. Era ed è la mia passione. Purtroppo, in un certo senso. Perché da un lato la passione ti dà quella marcia in più, che si vede nel prodotto. Ma dall'altro viviamo ogni giorno un problema di costi, e succede che rinunci ai tuoi denari pur di non cedere sulla qualità. Se al produttore resta 5, il negozio vende a 30. Se spendi 10, al banco il ricamo costa 60. È un valore aggiunto che tutti ricaricano. Senza parlare della concorrenza sleale, che ci porterebbe troppo lontano. In ogni caso, mia

madre mi mandò a ricamare a cinque anni. L'altra mia grande passione era il disegno. Ho unito le due cose, prima imparando i segreti della maglieria e della camiceria lavorando in un maglificio fin dall'età di 15 anni, poi comprando una macchina per il ricamo e cominciando a curare questa passione da casa. Facevo le copertine per le culle dei bimbi degli amici, cose del genere. Avevo la capacità di inventare, di usare la macchina per cose diverse. Il lavoro non andava molto bene; ho passato la cassa integrazione, poi ho deciso di fare qualcosa da sola. Prima un laboratorio di 4 metri per 4, quindi 40, 200, fino agli attuali 1.700, a 18 anni dalla fondazione dell'azienda.

D. Ne è orgogliosa?

R. Sì, anche se come impreditrice più cresci e meno vivi. Ogni problema delle mie dipendenti ricade sull'azienda. Devi tamponare queste situazioni giorno per giorno, spostando persone, gestendo emergenze produttive. Perché ci sono consegne, scadenze da rispettare. A volte ti chiedi: ma chi me lo fa fare?

D. Come sta l'impredito-

ria femminile nelle Marche?

R. Le impreditrici sono il 24% del totale, il 2% in più rispetto all'anno scorso. Abbiamo alle spalle un importante accordo con la Banca popolare per Ancona e con la Banca delle Marche, un prestito da 50 mila euro a tasso agevolato restituibile in sei anni per le impreditrici in maternità. Fino a ora siamo riusciti a ottenerlo solo per la gravidanza. Quindi, un finanziamento regionale di 100 mila euro per l'organizzazione di corsi finalizzati alla creazione di professionalità in grado di sostituire l'impreditrice, quando questa è in assenza forzata. Non in tutti i settori è possibile, ma meglio che niente. Poi ci sono le modifiche che abbiamo chiesto all'articolo 9 della legge n. 53 del 2000, raccogliendo i suggerimenti delle impreditrici, il dialogo che abbiamo instaurato con l'Ebam, l'Ente bilaterale artigianato Marche. Il punto è che bisogna fare cose concrete. La maternità è qualcosa di socialmente utile, non può diventare un problema dell'azienda. È triste dirlo, ma se potessi assumerei solo uomini.

Artigianato a Roma, appuntamento a novembre

Una fiera per valorizzare il patrimonio artigianale del Lazio. Promossa da Unioncamere regionale, «Artigianato a Roma. Idea regalo. Assaggia il Lazio» è in programma dal 7 al 9 novembre. Le imprese artigiane avranno l'occasione di presentare i propri prodotti a un vasto pubblico, con lo spazio espositivo Etoile, in piazza San Lorenzo in Lucina, scelto proprio per la sua centralità e accessibilità. Anche il periodo, con le non lontane festività natalizie, è stato scelto per garantire la maggiore affluenza possibile di visitatori. La partecipazione delle imprese è gratuita, previa compilazione della scheda di iscrizione, da inviare al fax 06/6785516 entro il 22 settembre. Per informazioni, Valerio Galeotti, tel. 06/570151, galeotti@cnpmi.com.

Iniziativa della Cna provinciale e della locale Cciaa per dare nuovo impulso alle rinnovabili

Risparmio energia, club a Bologna

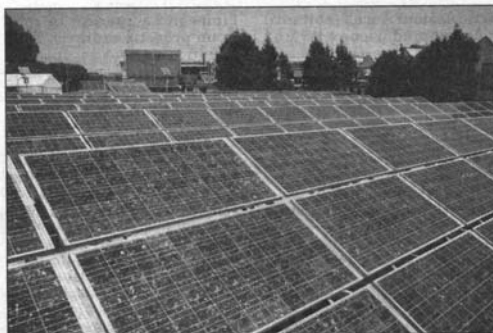
Trenta imprese associate offrono un servizio chiavi in mano

DI MAURIZIO COLLINA

Cresce l'interesse e aumentano gli investimenti dei bolognesi per il risparmio energetico. Lo dimostra una ricerca condotta da Cna tra le sue imprese impegnate in questo settore: negli ultimi due anni nel 70% delle aziende è aumentato il fatturato riferito agli interventi mirati al risparmio di energia. Gli interventi maggiormente richiesti sono stati l'installazione di caldaie a condensazione e di pannelli solari; molto interesse anche per il fotovoltaico e per l'isolamento di pareti e pavimenti.

Secondo il questionario inviato a cento imprese del settore costruzioni e installazioni, nel 38% dei casi il fatturato è cresciuto del 10%, nel 15% è salito del 25%, nel 10% è cresciuto del 50%. Un 5% ha visto raddoppiare il proprio volume di affari. Per quanto riguarda la tipologia del cliente, per il 67% dei casi si è trattato di un privato cittadino, per il 15% di condomini e per il 13% di aziende. L'intervento maggiormente richiesto (72%) è stata l'installazione di caldaie a condensazione, seguito da pannelli solari termici (62%), isolamento delle pareti verticali (31%), isolamento di tetti e pavimenti (26%) e installazione di pannelli fotovoltaici che forniscono energia elettrica (21%).

I bolognesi hanno dimostrato di essere abbastanza informati sulle possibilità di risparmiare energia (il 54%), ma resta comunque ancora un 44% di poco informati e un 3% che ha dichiarato di non essere informato per nulla. Anche sulla conoscenza delle opportunità di incentivi i bolognesi hanno dimostrato di essere abbastanza (46%) e molto (8%) informati, resta però un 49% che dichiara ancora di saperne poco. Chi dovrebbe fornire queste informazioni? Per il 77%



Fonti rinnovabili: a Bologna è nato il Club di eccellenza energetica

delle imprese del settore dovrebbero essere gli enti locali a farlo, per il 15% il governo o le stesse imprese del settore, per il 10% spetterebbe alle associazioni di categoria.

Che cosa ha spinto i bolognesi a effettuare interventi per il risparmio energetico? Per il 72% è stata la convenienza economica a convincerli, il 15% ha riposto fiducia nei consigli dell'installatore, il 13% vi ha visto un'opportunità per far aumentare il valore del proprio immobile, solo un 5% è stato spinto da ragioni «ambientalistiche». E cosa invece frena ancora i bolognesi? Il 56% di chi ha chiesto informazioni, ma poi non ha proceduto con gli interventi, ha spiegato che sono stati i costi troppo elevati a fermarlo, al di là degli incentivi.

Per far crescere questo settore Cna Bologna ha dato vita al Club eccellenza energetica. Questa nuova realtà raggruppa tutte quelle imprese associate che operano interventi per il risparmio dell'energia: isolamento degli edifici e delle abitazioni, in-

stallazione di impiantistica per lo sfruttamento di fonti alternative e di quelle ad alto rendimento. Finora sono una trentina le aziende aderenti al club. Il progetto ha il contributo della Camera di commercio di Bologna. I vantaggi per chi aderisce sono numerosi e di varia natura.

La nuova iniziativa include fra le sue finalità quella di mettere in grado le ditte del Club di offrire al cliente un servizio completo, affidabile, con il quale rispondere pienamente alle aspettative della clientela. Il cliente che si rivolge al Club dunque ottiene la certezza di rivolgersi a tecnici dalle comprovate competenze, con la possibilità di ricevere un servizio «chiavi in mano». A garanzia del livello qualitativo delle imprese Cna infatti ha predisposto un apposito regolamento che attesta i requisiti professionali e deontologici. Il Club inoltre si impegnerà in una sensibilizzazione sui vantaggi e le potenzialità delle soluzioni di miglioramento energetico, anche con azioni sulle opportunità di incentivo.

Per agevolare le aziende interessate a usufruire di interventi per il risparmio energetico, Cna mette a disposizione numerose convenzioni con istituti di credito per finanziamenti a tasso agevolato, oltre a servizi di consulenza per accedere a contributi pubblici. Cna offre inoltre, attraverso le proposte di alcune imprese del Club, la possibilità di fruire del leasing energetico: l'installatore che effettua l'intervento per l'impresa ne sostiene anche il costo e lo recupera attraverso le quote di risparmio energetico realizzate dal cliente.

Le imprese che decidono di entrare nel Club come fornitori di servizi possono beneficiare anche di percorsi di formazione professionale. Il Club inoltre ha già in cantiere numerose iniziative per divulgare la cultura del risparmio energetico. Sabato 20 settembre, presso il centro commerciale di via Larga e il centro commerciale IperLame dalle 10 alle 19, i tecnici del Club saranno a disposizione dei cittadini interessati a consumare meno energia, con spiegazioni pratiche e materiale informativo. Cna inoltre ha aperto uno sportello nel comune di Ozzano, e presto lo aprirà anche nel comune di Casalecchio, per offrire ai cittadini tutte le informazioni relative al risparmio energetico.

Per entrare in contatto con le imprese del Club, gli interessati possono telefonare allo 051/299212, inviare una mail a info@bo.cnaenergia.it, oppure rivolgersi direttamente alle imprese che presenteranno il marchio del Club eccellenza energetica di Cna Bologna.

ECONOMIA E IMPRESA
italiaoggi@cna.it
www.cna.it

Lavoro, crisi nelle Marche

Marche, è allarme lavoro. Si aggrava la crisi del distretto fabrianese, mentre l'agroalimentare e i sistemi produttivi dell'Ascolano sono in difficoltà. Non stanno meglio il tessile nel Pesarese e l'edilizia in tutta la regione. All'inizio dell'autunno è allarme lavoro per l'economia marchigiana. «Per farvi fronte», commenta il presidente regionale Cna Giuliano Drudi, «occorre innanzitutto restituire potere d'acquisto alle famiglie. Non essendo il drastico calo dei consumi interni compensato dall'incremento delle esportazioni, diminuisce infatti la capacità produttiva delle aziende marchigiane, aumentano i costi delle materie prime, si riducono drasticamente gli investimenti. Un circolo vizioso che si deve rompere diminuendo la pressione fiscale e razionalizzando la spesa pubblica». Secondo gli imprenditori marchigiani della Cna sono, infatti, soprattutto l'inadeguatezza della politica e la perdita del potere d'acquisto a frenare l'economia. Novità possono venire dal federalismo, con una regione «più vicina alle nostre istanze, più dotata di risorse e responsabile del loro utilizzo». Bisogna inoltre «favorire gli investimenti in innovazione e ricerca, promuovere l'internazionalizzazione e realizzare le infrastrutture che i marchigiani attendono da anni».

INDAGINE

Emilia Romagna, la meccanica tira ancora

— BOLOGNA —

SEGNALI CONFORTANTI dalla meccanica in Emilia-Romagna. Secondo un'indagine del Centro Marketing condotto su 23 aziende emiliano-romagnole, il 78 per cento degli imprenditori del comparto archivia positivamente il primo semestre 2008. La maggioranza di loro segnala un andamento degli ordini in linea con lo stesso periodo dell'anno scorso, mentre il 26 per cento addirittura una crescita. E anche per la seconda parte dell'anno gli indicatori prevedono un aumento degli ordini.

Numeri che si riflettono anche sul giro d'affari atteso per l'anno 2008, previsto in crescita per il 48 per cento degli intervistati (cinque punti sopra la media nazionale) e stabile per il 17 per cento.

L'indagine è stata condotta in occasione del Mecspe, la fiera internazionale della meccanica specializzata organizzata da Senaf, in programma a marzo alla fiera di Parma.

«Nonostante la difficile congiuntura economica, il comparto della meccanica in Emilia-Romagna tiene bene e lancia importanti segnali di fiducia — afferma Emilio Bianchi, Direttore di Senaf —. Gli ordini e il fatturato del primo semestre sono visti in crescita per il 35 per cento degli imprenditori e stabile per un altro 35. I dati dell'indagine, inoltre, svelano che il 22 per cento degli intervistati prevedono un incremento del numero degli addetti, mentre il 69 per cento delle aziende confermano che i loro organici rimarranno stabili rispetto al 2007.

Il Sole-24 Ore Centro Nord
17/09/2008

Artigianato

Energia, più risorse sui risparmi

BOLOGNA

■ Aumentano attenzione e investimenti delle imprese bolognesi per il risparmio energetico. Negli ultimi due anni infatti - stando a una ricerca condotta da Cna tra un centinaio di imprese aderenti del settore costruzioni e installazioni - due aziende su tre hanno visto crescere il proprio fatturato relativo alla voce "risparmio energetico", per lo più legato alla domanda di clienti privati (nel 67% dei casi) per l'installazione di caldaie a condensazione, pannelli solari termici, isolamento di pareti e pavimenti e installazione di pannelli fotovoltaici.

Numeri che confermano la validità della scelta di Cna di dare vita al "Club eccellenza energetica", cui aderiscono una trentina tra imprese e professionisti di installazioni, costruzioni, serramenti e diagnosi energetica. Il 10% del campione ha registrato incrementi, negli ultimi due anni, del 50% del fatturato legato a interventi di efficientamento energetico e un 5% ha visto più che raddoppiare i ricavi legati a questa tipologia di lavori.

Interessante anche il profilo che emerge dei cittadini bolognesi: il 54% è abbastanza informato delle opportunità di risparmio, ma un 49% è poco o per nulla al corrente delle agevolazioni fiscali così come un 47% non conosce i benefici economici e ambientali conseguenti. È la convenienza a spingere gli interventi di efficientamento energetico nel 72% dei casi a fronte però di un 56% degli intervistati che non effettua investimenti di questo genere perché li ritiene troppo costosi o perché (33% delle risposte) non ravvisa un effettivo risparmio energetico.

R. Cn.