

Giugno
06.2013

La **Crisi**

si fa sempre più acuta

ma gli imprenditori non demordono:

**tasse, lavoro,
credito e riforme.**



Questi gli incroci del rilancio.

n. 64 del 17/06/2013 Quotidiano Euro 1,50
Poste Italiane s.p.a. - spedizione in Abbonamento Postale
D.L. 353/2003 (conv. in L. 27/02/04 n. 46)
art.1, comma 1, DCB PO
Registrazione n. 4686 del Tribunale di Bologna del 23/11/78
Associato all'Unione Stampa Periodici Italiana

PERSONE
RETI
CAPITALI

io

L'IMPRESA



RIVISTA DELLA CNA
DI EMILIA ROMAGNA, MARCHE
TOSCANA, UMBRIA

RIVISTA DELLA CNA
IO L'IMPRESA.
PERSONE RETI CAPITALI

EMILIA ROMAGNA, MARCHE, TOSCANA, UMBRIA

06.2013

IO L'IMPRESA.
PERSONE RETI CAPITALI

Direttore responsabile:
Cristina Di Gleria

Redazione:
Cristina Di Gleria
Sergio Giacchi
Paola Morini
Roberto Centazzo

Progetto grafico
Nouvelle Comunicazione - Minerbio (BO)
Via Roma, 41 - Tel. 051.6611511

Consulenza fotografica
Prisma Studio snc - Ozzano Emilia (BO)

Pubblicità
BRAIN - Via Buozzi, 77
Castel Maggiore (BO)
Tel. 051.6325461 - Fax 051.4179091

Registrazione n. 4686
del Tribunale di Bologna del 23/11/78

Direzione - Amministrazione - Redazione:
Società Editoriale Artigianato e Piccola Media
Impresa dell'Emilia Romagna - Bologna
Via Rimini 7 - Tel. 051.2133624

tiratura: 20.000 copie
chiuso il 25/06/2013

Stampa e fotocomposizione:
Cantelli Rotoweb - Via Saliceto, 22/F
40013 Castel Maggiore (BO)



Associato all'Unione Stampa
Periodici Italiana

io
64
n

SOMMARIO

02

quadrante dell'economia

centro-nord, un altro annus horribilis?

[Giovanni Dini]

06

intraprendere

una nuova cultura della condivisione in rete

[Manuela Villimburgo]

11

forum

riforma fornero, regole complesse e penalizzanti

[Paola Morini]

16

in primo piano

l'innovazione va praticata dall'intera società:

intervista a gianni riotta

[Ermes Ferrari]

20

fare futuro

la crisi si fa più acuta e cala la fiducia

[Vincenzo Freni]

23

sotto i riflettori

un'azienda romagnola leader nella lubrificazione

[Giada Guida]

26

l'opinione

dietro le quinte l'ascesa di un nuovo made in italy

[Francesco Cancellato]



EDITORIALE

Le prime misure del governo sul lavoro. Diamo una speranza al Paese

NEL PACCHETTO È PREVISTA LA DECONTRIBUZIONE PER NUOVE ASSUNZIONI DI GIOVANI UNDER 30 E INTERVENTI SU CONTRATTI A TERMINE E APPRENDISTATO.

Da molti anni ripetiamo che il Paese ha bisogno di riforme strutturali ed ogni governo che si è insediato ha promesso di promuovere una stagione di cambiamenti radicali. Tuttavia l'azione riformatrice di tutti gli esecutivi si è limitata a gestire l'ordinaria amministrazione, salvo promuovere alcune iniziative più di immagine che di sostanza. L'unico ambito in cui i governi sono stati costretti ad agire con decisione è stato quello del bilancio, per vincoli imposti dall'UE e dai mercati internazionali, che finanziano una parte considerevole del debito pubblico nazionale. Tuttavia un Paese non può vivere di solo rigore, soprattutto se questo Paese sconta una serie di gravi ritardi ed inefficienze in settori strategici come le infrastrutture, la burocrazia, l'architettura istituzionale obsoleta, etc. Adesso è il momento di agire, abbandonando per una buona volta rivendicazioni di parte e diatribe da cortile. Qualora la politica non si adoperasse in tal senso, si renderebbe responsabile della definitiva decadenza di questo Paese, con drammatiche conseguenze sulla tenuta economica e sociale di tutta la nazione. In proposito è da ricordare che, oltre allo spread sui tassi di interesse che ci penalizza e ci separa dagli Stati virtuosi dell'Unione, c'è un altro spread che ci allontana dagli altri Paesi sviluppati; quello che misura l'efficienza e la competitività del Sistema Italia; ebbene questo spre-

ad ci distanzia, in maniera sempre più macroscopica, dalle economie virtuose. Il Governo Letta si è presentato alle Camere con un programma ambizioso e denso di buoni propositi; ci auguriamo che vengano realizzati concretamente e in tempi certi, perché questa è l'ultima possibilità per la politica. La politica deve capire che adesso, come non mai, l'unico interesse in gioco è salvare il Paese. Lo possiamo ancora fare, ma dobbiamo agire con tempestività e determinazione. Siamo sull'ultimo centimetro che ci separa da una voragine: o facciamo uno scatto di reni e cominciamo ad allontanarci dalla voragine o finiamo nel profondo del baratro. Gli interventi da intraprendere devono riguardare tre materie principali: a) riorganizzare lo Stato e la Pubblica Amministrazione, con l'obiettivo di ridurre drasticamente i costi della P.A. e semplificare le procedure amministrative; b) liberare risorse in favore di cittadini, imprese e opere pubbliche, attraverso la riduzione dei costi dell'amministrazione pubblica e la redistribuzione della ricchezza, dalla rendita e dalla finanza a coloro che producono la ricchezza; c) introdurre le riforme istituzionali necessarie a rendere l'Italia un paese governabile e le istituzioni in grado di svolgere velocemente le loro funzioni. Scelte che dovrebbero essere costruite all'interno di un quadro di rafforzamento del ruolo e dei poteri della UE, che deve do-

tarsi di un chiaro e definito ruolo di indirizzo politico, almeno negli ambiti che riguardano il governo dell'economia e della politica estera, perché la competizione internazionale richiede soggetti che siano in grado di porsi a livello mondiale. Non possiamo rimanere a metà del guado, con moneta europea, ma le politiche economiche gestite ancora a livello nazionale; dobbiamo acquisire la consapevolezza che il mondo muta in maniera straordinariamente rapida e non c'è tempo per immobilismi o scelte compiute a metà. Riforme che, se ben congegnate, possono essere realizzate a saldi di bilancio invariati, ma offrirebbero la concreta possibilità per il Paese di uscire dall'angolo in cui è rinchiuso da troppo tempo. Siamo convinti che questi interventi non abbiano un'identità politica definita, ma rispondano all'interesse generale del Paese e, per questo, possano essere realizzate dall'attuale eterogenea maggioranza parlamentare. Questi interventi rappresentano la condizione per ricostruire un patto di cittadinanza, per restituire fiducia e speranza agli imprenditori ed ai cittadini che le hanno perdute e per gettare le basi per un nuovo ciclo di sviluppo. Gli imprenditori e i loro collaboratori, nel corso di questi anni, hanno saputo affrontare enormi sacrifici e gettare il cuore oltre l'ostacolo. Adesso è giunto il momento che lo faccia anche la politica.

La fase recessiva non accenna a rallentare

Centro nord, 2013 un altro annus horribilis?

Prosegue il quadro critico caratterizzato dal segno meno. Il 2012 si chiude negativamente pur con alcune diversità per le piccole e medie imprese di Emilia Romagna, Marche, Toscana e Umbria. L'andamento congiunturale evidenzia il calo di fatturato e investimenti e crescono le preoccupazioni per l'andamento dell'anno in corso.





di Giovanni Dini
Centro Studi Sistema
CNA Marche

LA CONGIUNTURA 2012 SI CHIUDE CON UNA SISTEMATICA RIDUZIONE DELLA REDDITIVITÀ E PERDITA DI COMPETITIVITÀ PRESSOCHE' IN TUTTI I MACROSETTORI

Una congiuntura tutta negativa quella che ha chiuso il 2012 per le micro e piccole imprese del centro nord, facendo segnare nella seconda parte dell'anno, un ulteriore degrado dell'attività economica. Una crisi dunque che si è cronicizzata tanto che tra le imprese si respira un clima di pesante recessione. Un quadro confermato dalle indagini svolte dagli Osservatori congiunturali presenti in Emilia Romagna, Marche e Toscana e dall'indagine di Bankitalia per l'Umbria. In alcune tra le regioni del centro nord, da anni si svolgono regolarmente analisi basate sulle dinamiche delle imprese fino a 20 addetti associate a CNA. Sono le regioni in cui è attivo l'Osservatorio Trend: TrendMarche, TrendER, Trend Toscana. Per ognuno di essi, l'Istat della rispettiva regione svolge funzioni di campionamento e verifica il rigore statistico e la rappresentatività

delle elaborazioni nei confronti dei fenomeni indagati. La metodologia comune ai tre Osservatori consente di confrontarne le indicazioni. I dati sono a consuntivo: riguardano cioè il periodo trascorso (l'ultimo disponibile è il 2012) e non riportano previsioni o orientamenti degli imprenditori. In base alle dinamiche tendenziali registrate negli anni (tutti e tre gli osservatori sono attivi da prima che iniziasse la crisi) è però possibile trarre alcune osservazioni che possono aiutare a capire non solo cosa è successo nel 2012 ma anche cosa sta succedendo nel 2013.

Le dinamiche tendenziali annuali del fatturato mostrano che nell'ultimo triennio la crisi si è via via aggravata fino a registrare proprio nel 2012 il momento più difficile. Fa eccezione solo la micro impresa della Toscana, dove la crisi non ha avuto nemmeno la pausa registrata

Variazioni tendenziali annuali

	fatturato			Investimenti			occupazione *		
	2010	2011	2012	2010	2011	2012	2010	2011	2012
Emilia Romagna	+2,4	-0,4	-2,1	-5,1	-1,0	-18,8	+1,2	-1,8	-1,2
Marche	+5,4	-11,6	-13,4	+20,9	-15,9	Nd	+14,1	-9,6	-4,4
Toscana	-10,5	-3,9	-3,7	nd	-53,5	Nd	nd	-4,2	-0,9
Umbria **	2,7	1,2	-5,0	12,3	-4,5	-10,9	0,8	0,5	-2,8

(*) Dati relativi all'indicatore "occupazione" sono per Emilia Romagna, Marche e Toscana, quelli delle "spese per retribuzioni" che possono essere considerati un indicatore di intensità di impiego del fattore lavoro. (**) Per l'Umbria i dati considerati sono raccolti nell'ambito dell'indagine coordinata dalla Banca d'Italia e a cui collabora anche la CNA (i dati riguardano imprese anche con 20 addetti e oltre).

Fonti: Trend di Emilia Romagna, Marche, Toscana, Banca d'Italia Umbria

nel 2010 dagli altri due Osservatori regionali e il 2012 segna un suo lieve alleggerimento. I dati disponibili sugli investimenti nel 2012 mostrano come l'anno appena concluso si configuri come l'anno peggiore; potrebbe non essere così per le Marche e, soprattutto, per la Toscana dove il crollo degli investimenti nel corso del 2011 dovrebbe aver reso difficile fare peggio nel 2012. Alla fine del triennio considerato (2009-2012), cala nuovamente anche l'indice dell'occupazione (le spese per retribuzioni), ma in questo caso l'anno più difficile sembra essere stato non il 2012 quanto il 2011 (sembra fare eccezione l'Umbria).

La ripresa occupazionale registrata dalle micro e piccole imprese nel 2010 deve averle rese particolarmente esposte agli effetti del successivo riaggravarsi della crisi. L'effimero recupero registrato a cavallo degli anni 2010 e 2011 può aver indotto molte micro e piccole imprese a pensare di doversi attrezzare per fronteggiare in positivo un consolidarsi della ripresa stessa. Gli spazi di mercato la-

sciati dalle migliaia di micro imprese che hanno cessato l'attività dopo il 2008, possono avere contribuito a indurre le imprese rimaste a ritenere opportuno riprendere ad investire e a ripristinare gli organici aziendali eventualmente ridotti. Le successive dinamiche hanno mostrato che tali valutazioni sono state più ottimistiche che reali e molte imprese si sono trovate particolarmente esposte.

La nuova fase di crisi si è tradotta, con modalità differenti e differenti intensità, sui macrosettori (manifatture, servizi e costruzioni): per restare all'ultimo anno, il 2012, si osserva che in Toscana il fatturato complessivo delle micro imprese ha subito gli effetti dell'aggravarsi della crisi soprattutto per la dinamica particolarmente sfavorevole del fatturato delle costruzioni: il fatturato dei servizi ha mostrato una sostanziale tenuta e quello manifatturiero si è ridimensionato ma meno di quanto si registrò l'anno prima. Nelle Marche, invece, tutte le componenti macrosettoriali hanno continuato a calare proseguendo la ripida caduta del fat-

Codice rosso per l'occupazione

Nel primo trimestre 2013 si accentua la disoccupazione. Ad aprile, gli occupati sono 22 milioni e 596 mila, in calo dello 0,1% rispetto a marzo (- 18mila unità) e dell'1,6% su base annua (-373mila unità).

Lo rende noto il rapporto trimestrale di Istat, che evidenzia come la crescita della disoccupazione riguardi sia la componente maschile che quella femminile. Il tasso di disoccupazione trimestrale si attesta al 12,8%. Nella fascia di età tra i 15 ed i 24 anni, le persone in cerca di lavoro sono 656mila.

Una situazione critica che evidenzia ancora una volta come il lavoro che non c'è costituisca la vera emergenza determinata dalla crisi.



Centralpneus
L'impronta della sicurezza

**A Bologna Centralpneus è
Centro pneumatici
e revisioni:
auto, moto
mezzi pesanti
Assetto Vetture
Auto di cortesia**

Via Stendhal, 11 - Bologna

Tel. 051 322022 - Fax 051 328287

info@centralpneus.it - www.centralpneus.it

Driver
Pneumatici & Assistenza

ARVAL
BIP PARIBAS GROUP

Livelli del fatturato nel 2011 e nel 2012—numeri indici trimestrali (base al I trim. 2010)

Toscana	2011				2012			
	I	II	III	IV	I	II	III	IV
manifatture	102,0	110,5	105,6	123,6	106,2	112,0	98,7	115,8
servizi	92,1	100,7	109,7	118,9	97,8	105,4	99,8	115,9
costruzioni	81,0	108,0	116,6	122,8	78,9	103,0	100,0	118,3
totale	91,3	108,0	111,0	122,3	93,2	106,9	99,8	116,9
Marche								
manifatture	104,3	120,3	108,2	95,4	106,7	102,9	82,6	81,7
servizi	101,5	112,2	104,0	65,5	96,6	96,2	72,8	62,4
costruzioni	98,2	128,2	133,3	115,8	82,2	101,1	107,8	120,5
totale	100,9	122,1	118,7	98,0	93,3	100,6	91,9	95,0
Emilia Romagna								
manifatture	116,5	129,0	117,0	124,4	115,6	120,0	110,6	121,3
servizi	102,5	116,1	109,8	115,2	101,5	108,3	103,9	118,9
costruzioni	91,6	118,5	114,9	146,1	96,7	107,8	116,7	152,9
totale	104,5	122,2	114,5	129,5	105,7	112,9	111,0	131,5

Fonti: Trend di Emilia Romagna, Marche, Toscana

turato avviata dopo la fase di effimera ripresa di fine 2010: in particolare, le imprese dei servizi hanno visto ridimensionare il fatturato fino a un livello pari a fine 2012 al 62,4% di quello di inizio 2010. In Emilia Romagna, infine, la tenuta del fatturato

cune eccezioni territoriali) tuttavia il prolungarsi della fase recessiva non deve indurre a credere che la strategia migliore sia quella di abbassare il capo e attendere che passi la tempesta. La crisi ha già determinato un riposizionamento dell'economia di

La crisi non ha intaccato volontà e capacità di reazione da parte degli imprenditori i cui sforzi vanno ora incoraggiati sostenendo la liquidità delle aziende e la messa in campo di sgravi fiscali e incentivi a formazione e occupazione

delle costruzioni (i livelli della seconda metà del 2012 sono superiori a quelli dello stesso periodo 2011) ha parzialmente attenuato il calo di fatturato nel complessivo 2012 per manifatture e servizi. A fronte di questo quadro, per gli imprenditori del centro nord, l'interrogativo che si pone è: come evitare che il 2013 sia un altro anno orribile? Se ancora non ci sono le premesse per intravedere una sistematica inversione positiva del ciclo (anche se non mancano al-

micro e piccole imprese su traiettorie produttive più basse, ma non ne ha ancora intaccato la capacità di reagire. Questa capacità va incoraggiata da subito: sostenendo la liquidità aziendale, stretta tra margini operativi in calo e difficoltà nel finanziamento del circolante, e stimolando la ripresa degli investimenti e della formazione, per non indebolire ulteriormente le micro e piccole imprese sotto il profilo tecnologico e della disponibilità di lavoro qualificato.

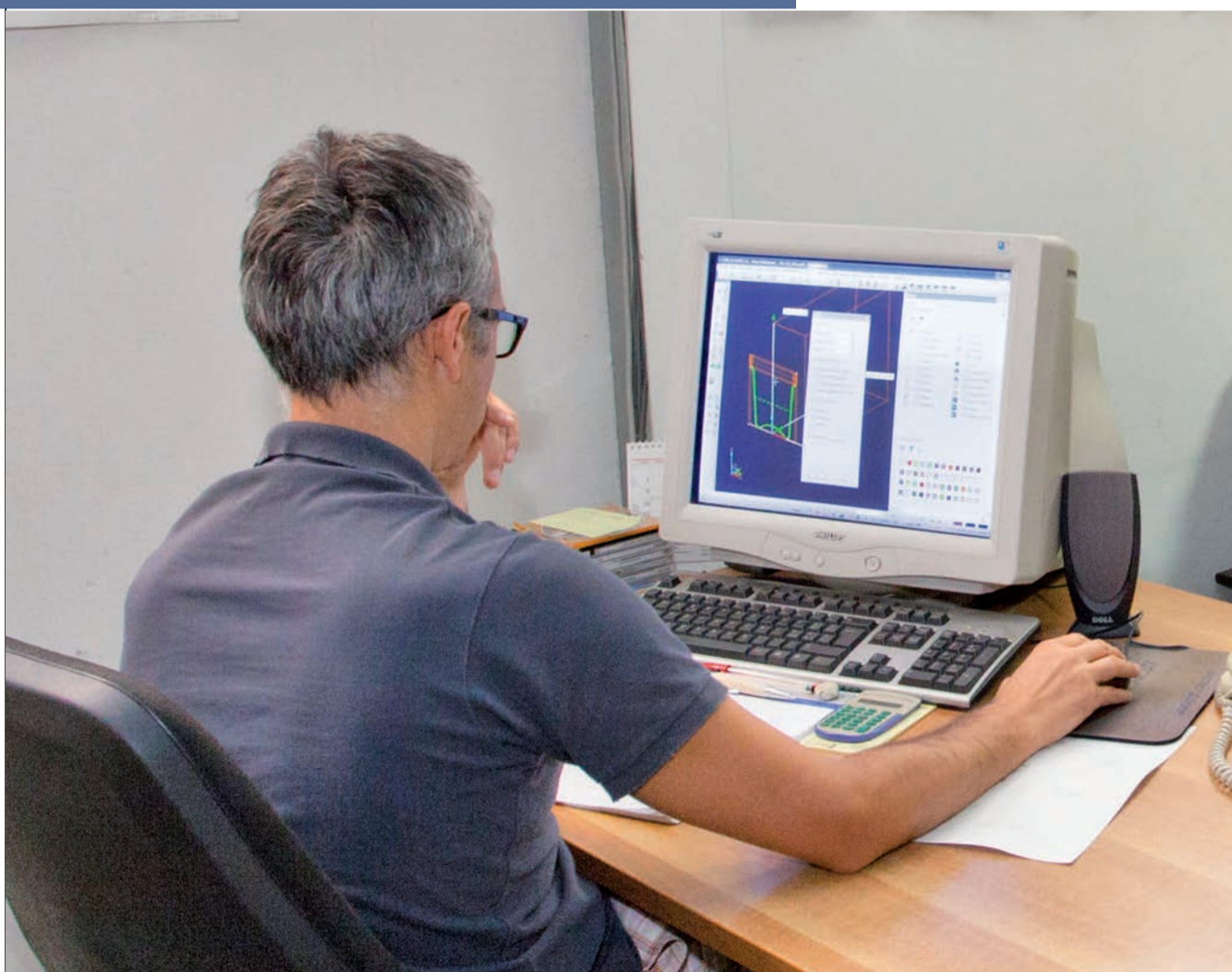


Una nuova cultura della condivisione

Manifattura in metamorfosi per cambiare il futuro

L'artigiano digitale in rete per distribuire prodotti e servizi è già una realtà. Internet e i social network sono in grado di rilanciare anche le imprese più tradizionali. Le attività on line sono capaci di leggere agilmente la domanda e quindi adattarsi rapidamente alle variazioni di mercato che sono sempre più veloci.

Il fare con le mani, la manifattura tradizionale, in una parola l'artigianato, non è un mondo in estinzione. E l'era digitale, con tutte le nuove tecnologie informatiche e Internet in primis, non è sua nemica. Anzi, già oggi esiste una schiera di artigiani che va mescolando il proprio saper fare con i nuovi strumenti. E il futuro sembra andare sempre più decisamente proprio nella direzione di una promettente metamorfosi che non riguarda solo le imprese che sull'innovazione tecnologica hanno fondato il proprio




 di *Manuela Villimburgo*

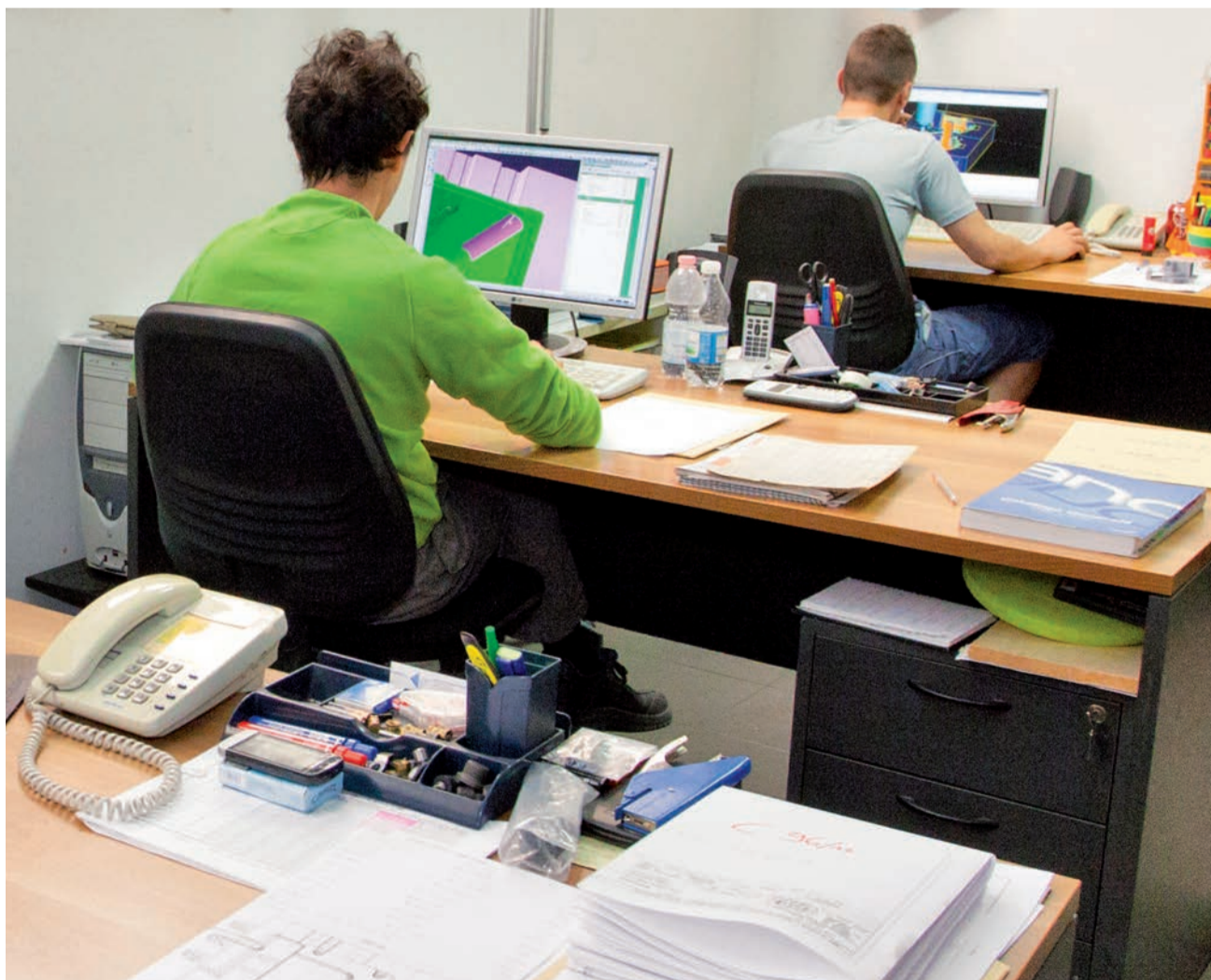
 Giornalista - collaboratrice de
 "Il Sole 24 Ore"

business, come quelle dell'Ict, ma anche le attività cosiddette tradizionali che stanno trovando opportunità di rilancio nel web. C'è poi una gran parte di artigiani che ha già incluso qualche frammento di digitale nella vita lavorativa. A tale 'Metamorfosi' CNA Emilia Romagna ha dedicato una convention il 21 maggio scorso a Mirandola, presenti imprenditori ed esperti. "Assimilare le nuove regole del gioco non è facile, soprattutto per le generazioni più anziane e comunque per le imprese nate pri-

ma e fuori dal digitale - nota **Stefano Micelli**, docente all'Università Ca' Foscari di Venezia, nel presentare sul palco di Mirandola alcune startup tra le più innovative -. Ma l'artigianato tradizionale e la manifattura restano lo zoccolo duro della nostra economia e del nostro futuro, anche se in Italia si è finito col nominarli quasi con imbarazzo. Intanto, negli Usa, proprio la manifattura è stata posta al centro della politica economica di ripresa, e il 'maker'ne è il protagonista". Il maker è l'artigiano digi-

tale, l'imprenditore che oggi come ieri fa qualcosa di concreto, creativo e unico ma lo fa e lo commercializza anche grazie al suo sapere digitale e alle sue relazioni sviluppate nei social network. Come **Jacopo Vigna** di Milky Way, la startup nata, come tante, dalla metamorfosi di un hobby in vero e proprio lavoro. Nel suo caso la bici da trial, sport estremo che catalizza nel mondo migliaia di appassionati e al quale Vigna, modenese con laurea in ingegneria, qualche anno fa ha iniziato

IL MAKER FA
 MATERIALMENTE
 I PRODOTTI MA
 GESTISCE IL
 BUSINESS ANCHE
 ON LINE RIDUCENDO
 TEMPI E RISCHI



I NUOVI STRUMENTI
METTONO CHI HA
UN'IDEA INNOVATIVA
IN CONDIZIONE DI
REALIZZARLA PIU'
VELOCEMENTE E
FACILMENTE

a dedicare ore ed ore di modifiche meccaniche per migliorarne le performance, fino ad arrivare oggi alla progettazione di pezzi e addirittura di un nuovo prototipo, ma soprattutto - questa la svolta digitale - a costruirsi una rete di 150mila contatti, un social network nel quale discute, condivide, confronta problemi, soluzioni ricavandone feedback e vere e proprie commesse, gestite anch'esse online. Il maker o artigiano digitale, dunque, fa materialmente il prodotto ma sostiene e gestisce il business anche online, riducendo i rischi commerciali e i tempi di individuazione della clientela. Perché il grande problema della produzione di nicchia, messa in ginocchio dalla concorrenza della produzione in serie a basso costo e dalla crisi globale, è quello di trovare la committenza adeguata e farlo velocemente. Il fatto a mano e in particolare le lavorazioni artistiche possono oggi ritrovare slancio proprio grazie all'avvento del digitale, inteso non solo come nuova tecnologia ma come nuova cultura della condivisione. E' il caso di **Ester Brunini**, artigiana ancora più tradizionale come settore ma che nel digitale ha trovato addirittura le risorse finanziarie per dare una seconda e decisiva chance a 'Giallo d'Argento', il suo studio di lavorazione artistica del vetro a Bolzano, prostrato da una disavventura commerciale con l'estero. "Avevo già una rete di contatti - racconta alla platea di Mirandola - ma il salto è avvenuto quando mi

è stato suggerito di lanciare un progetto di sviluppo della mia attività su una piattaforma di crowdfunding. Mettendo in rete un video delle mie lavorazioni, sono riuscita a coinvolgere sostenitori e clienti in Italia e all'estero, ricavandone fondi per aprire un negozio e allo stesso tempo ordini per pezzi già esistenti e nuovi modelli". Il finanziamento dal basso si va estendendo grazie alle nuove piattaforme di crowdfunding. "Nel 2012 - spiega **Ivana Pais**, docente di sociologa alla Cattolica di Milano e da tempo ricercatrice nell'ambito dei mestieri nell'era digitale - sono stati raccolti nel mondo 2,7 miliardi di dollari, l'81% in più del 2011, che hanno finanziato oltre un milio-

*la rete di per sé è
più efficiente e quindi
la collaborazione tra
imprese diviene più
conveniente*

ne di progetti, principalmente con il meccanismo innovativo del finanziare per avere in cambio il prodotto o servizio che si va a sostenere con il proprio contributo, oppure attraverso la classica donazione. Fette marginali del crowdfunding hanno luogo nella forma ancora non ben normata dell'equity che consen-

te a una rete di finanziatori di ottenere quote o azioni di una società, oppure mediante prestiti tra privati". In Italia le piattaforme sono ad oggi già più di 20 (tra le più note Kendoo, Ginger, Finanziamentiufuturo, MusicRaiser, alcune di origine bancaria come Terzo Valore e Com-Unity) e tutte molto recenti, tanto che finora i progetti italiani hanno cercato sostegno prevalentemente su piattaforme internazionali. Molte ancora le criticità nostrane, dalla scarsa chiarezza normativa alla tassazione elevata, alla scarsa conoscenza di questo strumento di finanziamento fino a difficoltà di natura tecnica, soprattutto nei sistemi di pagamento. In ogni caso il fenomeno del finanziamento dal basso tende a espandersi (per il 2013 è stimata un'ulteriore crescita intorno all'80%), contribuendo anche a legare maggiormente gli investimenti al merito e a rendere più trasparente l'intero processo. "In rete non vince il più raccomandato, quello che ha le conoscenze giuste - commenta **Riccardo Luna**, giornalista, direttore di CheFuturo! e di Startup Italia, ma ideatore anche di altri progetti e testate all'insegna dell'innovazione -. Una ricerca, una startup o un progetto riescono a imporsi solo perché rispondono ad un bisogno collettivo. Vince chi ha più talento, più determinazione e chi sa indovinare il tempo giusto. La meritocrazia innata alla cultura digitale non si ferma ai confini del web, ma diventa la bussola anche per tutto



quello che facciamo fuori”.

Questi nuovi strumenti mettono in condizione chi ha un'idea innovativa di realizzarla più facilmente e più velocemente, senza aspettare i tempi elefantiaci delle istituzioni, delle banche, della standardizzazione. “La rete, per di più, è efficiente - aggiunge **Andrea Di Benedetto** imprenditore toscano, Presidente nazionale di CNA Giovani imprenditori - e dunque collaborare è anche conveniente. L'artigiano l'ha sempre fatto, è un valore che appartiene profondamente al mondo dell'artigianato tradizionale, ma sono cambiate e continuano a cambiare le forme di collaborazione e in generale di interazione tra le persone, tra le organizzazioni, tra tutti gli attori. Non è questione di saper usare le tecnologie, occorre un cambiamento culturale che associ il sapere tradizionale alle nuove modalità di comunicazione. L'artigiano digitale usa la rete per apprendere e anche per distribuire i prodotti ed è una modalità che si può adattare benissimo all'intero mondo delle PMI, servizi compresi”. Accanto alle giovani startup infatti, sono sempre più numerose le imprese che colgono le occasioni offerte da Internet, dalla connessione sempre più diffusa e dai social network già esistenti o da quelli cui l'impresa stessa dà il via per crearsi interlocutori vicini o lontani purché affini. Come la Boxylab di Terni, che negli anni 2000 da semplice azienda che si occupava di isolamento

Più visibilità con Wi-Fi

*Un guasto all'auto, un appuntamento dall'estetista che slitta, una fila troppo lunga dal medico. Un'attesa intollerabile può trasformarsi in tempo utile se nel negozio o nell'officina c'è un angolo per sedersi ed entrare liberamente in rete, sfruttando così il tempo morto. Succede in un forno di Mirandola, da un'estetista di Porretta, in un gommista di Reggio Emilia e in un'altra ottantina di aziende artigiane emiliano romagnole condotte da giovani under 40, grazie al progetto Wi-Fi avviato da CNA Emilia Romagna col sostegno della Regione. “Un'occasione per promuovere la propria azienda artigiana - spiega **Elisa Muratori**, responsabile regionale CNA Giovani imprenditori - ed innovare il modo di porsi sul mercato avendo visibilità anche su un'applicazione, scaricabile da cellulari e tablet, che consente di individuare tutte le attività che attivano il Wi-Fi”. La piattaforma, gestita da Simple Spot, garantisce gratuitamente alle aziende inserite nel progetto il massimo di sicurezza. Per accedere basta registrarsi una volta per navigare gratis in tutta la rete Wi-Fi CNA con la stessa password.*

“L'adesione delle imprese è stata alta - nota Muratori - ed anche molte imprese non artigiane ci hanno contattato mostrando molto interesse. Da parte nostra abbiamo messo a disposizione del sistema le informazioni sulla nostra esperienza, compresi i costi della convenzione e stiamo lavorando affinché il progetto Wi-Fi CNA possa divenire una piattaforma nazionale”.



SI STIMA CHE L'INTERNET ECONOMY ITALIANA
 POSSA RAGGIUNGERE ENTRO IL 2015 UNA
 PERCENTUALE IN GRADO DI ATTESTARSI TRA
 IL 3,3 ED IL 4,3

acustico è diventata un laboratorio collettivo all'avanguardia che offre soluzioni di benessere acustico in ambito musicale, così come nei più diversi siti industriali, didattici e medici, in Italia e all'estero. "Ci siamo dati l'obiettivo di rendere l'acustica accessibile - racconta **Claudio Lamberini** - Ci siamo riusciti con l'innovazione tecnologica e un modo diverso di vedere la cosa acustica, non più come rumore da allontanare ma come suono da rendere possibile e bello per chi vuole esprimervi le proprie emozioni, come nel caso dei musicisti. Oppure come soluzione costruttiva quando è l'ambiente a creare distorsioni e malesseri, come avviene in certi luoghi pubblici o anche privati". Dai semplici correttori acustici per tutti gli ambienti fino alla più sofisticata sala di registrazione, passando per le cabine acustiche insonorizzate modulari e dunque montabili facilmente dal cliente, la ricerca di Lamberini e del team Boxylab è approdata, ai tempi del digitale, a sperimentare un sistema avanzato di connessione con i clienti per la misurazione e l'indagine a distanza del suono. E ancora, le "palestre della musica", un sistema innovativo di connessione tra cabine e condivisione tra musicisti. Perché nella competizione globale il singolo prodotto può essere copiato ma un network, un sistema di condivisione, un insieme di relazioni è più difficile da replicare. Purché si generi l'idea vincente. E' quella che insegue **Emanuele Renzi** che, con il suo 'Villaggio di Emmaus' a Mondolfo in provincia di Pesaro-Urbino, sta transitando dalla semplice produzione di video e di altri prodotti digitali a nuove forme di distribuzione multimediale legate al web. "Il nostro obiettivo - spiega Renzi che coordina un team in costruzione - è quello di aiutare aziende e privati nella promozione della loro attività facendo leva soprattutto sui new media. Attualmente stiamo lavorando su alcune ipotesi di distribuzione video svincolate dai supporti fisici tradizionali, come cd e usb, che proporremo alle imprese orientate a superare il classico gadget nella comunicazione con i clienti".



Dal web crescita e occupazione

*Ict, prodotti web, studi medici e attività di wellness, turismo e cultura. Provengono dalle imprese che integrano manifatturiero e servizi le maggiori possibilità di sviluppo e occupazione in tempo di crisi. Spesso si tratta di attività nate come auto impiego, magari trasformando in vero e proprio lavoro hobby e passioni giovanili. "Si tratta di attività capaci di leggere agilmente la domanda di servizi e prodotti - spiega **Guido Caselli**, direttore del centro studi di Unioncamere Emilia Romagna - e dunque di adattarsi rapidamente alle variazioni di mercato sempre più veloci". Per contro, sono i settori tradizionali a perdere maggiormente fatturato e occupazione, ma non è il settore a giocare negativamente, bensì la scarsa capacità di sfruttare le nuove tecnologie, le nuove forme di comunicazione per individuare, ascoltare e coinvolgere la clientela. Da un'indagine commissionata da Google al Boston Consulting Group, emerge che le piccole e medie imprese che usano internet attivamente, crescono più in fretta; raggiungono una clientela più internazionale; assumono più persone e sono più produttive rispetto alle aziende non attive sul web. L'Internet economy italiana valeva il 2% del Pil nel 2010; è previsto che questa quota possa crescere di un punto e mezzo, e due punti entro i prossimi due anni. Secondo un rapporto effettuato da McKinsey poi, per ogni posto di lavoro effettivamente perso, Internet ne produce 2,5 (1,8 in Italia e 3 in Francia) e in particolare Internet crea occupazione giovanile.*

L'impatto della nuova normativa sulle pmi

Riforma Fornero: regole troppo complesse e penalizzanti



a cura di
Paola Morini

Pubblicista. Responsabile area
comunicazione CNA Toscana

Serve una rivisitazione integrale delle norme che regolano i rapporti individuali di lavoro approfittando degli ampi varchi lasciati dalla legislazione.



Io Le imprese stanno vivendo un momento di forte sofferenza: il mercato del lavoro in Italia è afflitto da una debolezza strutturale legata fortemente ai molteplici vincoli burocratici e gestionali, a politiche economiche scarsamente orientate allo sviluppo, ad un costo del lavoro già troppo alto che continua a crescere. Molteplici sono i fattori che hanno determinato l'attuale momento economico; le norme possono però svolgere un ruolo importante: adeguati incentivi economici e fiscali, regole più trasparenti e soprattutto

meno burocratiche e più flessibili possono senza dubbio favorire l'occupazione.

A quasi un anno dall'entrata in vigore delle nuove disposizioni che regolano il mercato del lavoro, è il momento di fare una prima analisi sugli effetti prodotti dalla riforma Fornero, in particolare sulle piccole e medie imprese. Prendendo spunto dal convegno "Il lavoro riformato: l'impatto sulla piccola e media impresa" organizzato a Firenze nello scorso maggio da CNA Toscana con il patrocinio delle

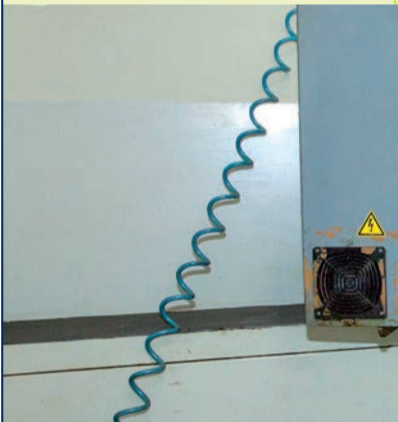
Università di Firenze, Pisa e Siena, IO L'IMPRESA ne affronta alcuni aspetti economici e giuridici con il contributo di alcuni esperti quali: **Gaetano Aiello** Direttore Dipartimento di Scienze per l'Economia e l'Impresa all'Università di Firenze; **Paolo Fanfani** Associato di Diritto del Lavoro Facoltà di Economia all'Università di Firenze e **Sergio Silvestrini** Segretario Generale di CNA.

PAOLA MORINI Iniziamo la nostra ricognizione dal prof. Aiello al quale chiedo: a proposito del lavoro nella

sulla suddivisione dei compiti di lavoro emergente e non pianificata. Molteplici evidenze di ricerca ci dimostrano come l'impresa artigiana e di piccola dimensione possa crescere e svilupparsi mantenendo invariata la centralità dell'impegno personale dell'imprenditore, senza necessariamente trasformarsi in altro da sé, senza salti dimensionali obbligatori. La crescita assume il connotato prioritario dello sviluppo organizzativo e del capitale intellettuale e relazionale, sia dell'impresa per sé sia dell'impresa che partecipa a forme

SILVESTRINI:
"SEMPLIFICARE
LE REGOLE SUL
CONTRATTO A
TERMINE E RIVISITARE
L'INCREMENTO
DELLE ALIQUOTE
CONTRIBUTIVE
DEGLI APPRENDISTI
INTERVENENDO
ALTRESÌ
SULL'ULTERIORE
AUMENTO DEL
COSTO DEL LAVORO
INTRODOTTO DALLA
RIFORMA, IL COSÌ
DETTO CONTRIBUTO DI
LICENZIAMENTO"

forum



**L'ECESSIVA
RIGIDITA' IN ENTRATA
E L'AGGRAVIO DEL
COSTO DEL LAVORO
GLI ASPETTI PIU'
CRITICI DELLA
RIFORMA**

piccola e media impresa, quale è oggi il ruolo delle risorse umane ?

GAETANO AIELLO Le imprese artigiane e quelle di piccola dimensione, tradizionalmente, condividono tre specifici connotati: il forte radicamento nel contesto socio-economico di origine; la centralità dell'impegno personale dell'imprenditore, che investe in queste imprese il proprio capitale di relazioni sociali, di competenze professionali e, infine, anche il proprio capitale finanziario; forme organizzative fondate sull'adattamento reciproco delle risorse umane, sui rapporti fiduciari,

reticolari ed aggregazioni. A fronte di percorsi di sviluppo spesso basati sulla separazione del lavoro dal territorio di origine dell'impresa attraverso forme di delocalizzazione, del capitale dall'impresa con il trasferimento dei capitali dall'economia reale alla rendita, dell'imprenditore dall'impresa con l'affermazione di forme di governance diffusa, l'impresa artigiana e di piccola dimensione tende a tenere assieme lavoro e territorio, capitale ed impresa, imprenditore ed impresa. Dal punto di vista delle risorse umane, il modello di sviluppo di queste imprese ha come elemento qualificante l'investimento del

patrimonio di relazioni sociali e fiduciarie, di competenze professionali che non è solo del capitalista personale, ma anche dei lavoratori a vario titolo impegnati nell'impresa. Il capitalista personale si distingue perché investe anche capitale finanziario e perché svolge il ruolo di imprenditore, ma la vera natura di queste imprese non si comprende se non si individua l'altro elemento qualificante che consiste nel peculiare capitale umano che ogni giorno presta la propria opera ma investe anch'esso il proprio patrimonio di relazioni sociali e di competenze professionali. Nell'attuale contesto competitivo, un model-

lo d'impresa basato sul capitalismo personale e sull'intensità di capitale umano può svilupparsi se si basa sullo sviluppo di reti collaborative e sulla penetrazione di conoscenze innovative sui prodotti, sui processi e sui mercati. Fare rete significa dotare la rete di capitale condiviso (a disposizione dei membri della rete), si tratti di insediamenti territoriali produttivi, tecnologie, conoscenze (studio dei mercati, occasioni di incontro con i clienti ed i mercati più lontani, etc), risorse finanziarie. Per ciò che concerne l'innovazione si tratta di sfatare un mito, prima che si trasformi in realtà: quello secondo cui i luoghi per fare innovazione sono le grandi imprese e le strutture pubbliche. L'impresa è un luogo per l'innovazione a prescindere dalle dimensioni. La piccola impresa è meno adatta a generare innovazioni radicali, ma è il luogo privilegiato dell'innovazione incrementale, continua. Bisogna impegnarsi ad innovare creando valore, ma anche a difendere il valore creato. Consolidare i punti di forza attuali dell'originalità e del design, della capacità di inventare soluzioni ad hoc per ogni esigenza del cliente non basta. Le imprese artigiane hanno bisogno di svilupparsi e crescere, non (o non solo) nella dimensione, ma nella capacità di raccordarsi con i mercati a valle. Devono creare valore come e più di prima, ma poi devono difenderlo ed appropriarsene.

PAOLA MORINI A Paolo Fanfani chiedo come, in termini di relazione e rapporti è cambiata la contrattazione

collettiva nelle piccole e medie imprese dopo la riforma Fornero.

PAOLO FANFANI Come con la Riforma Fornero, anche in passato, il legislatore è sceso in campo massicciamente allo scopo di dettare regole minimali a tutela dei lavoratori non risparmiando alcun settore del rapporto individuale. Sennonché, queste regole hanno la caratteristica di essere, come si suol dire, "trasversali" e, come tali, non tengono conto della specificità delle PMI e della opportunità di un regime particolare nelle loro relazioni di lavoro individuali e collettive; non tengono conto della "specificità" dei rapporti di lavoro che si sviluppano nelle PMI specie se si considera che fra le piccole imprese si collocano anche le organizzazioni minimali di due o tre dipendenti. Senza tornare sulla vecchia "querelle" delle regole di misurazione delle PMI (fatturato o numero di dipendenti) e tenendoci quello basato sulla "forza lavoro" usato per il regime dei licenziamenti (che oltretutto ci pare il più adeguato a fornire un parametro per il regime di un rapporto contrattuale che è "prettamente personale"), l'impressione è che la legge abbia fatto ed esaurito il suo lavoro; ora spetta alle parti interessate, alla contrattazione collettiva, dar corpo alle vistose caratteristiche dei rapporti di lavoro nelle PMI, specie considerando che, come chiaramente ha affermato Riccardo Del Punta (Ordinario di Diritto del Lavoro alla Facoltà di Giurisprudenza Università di Firenze), "non è solo la

legge a sollecitare la funzione regolamentare della contrattazione collettiva ma è anche l'interesse delle parti in causa". Il settore delle PMI, di cui CNA detiene una vastissima rappresentanza sindacale, deve quindi prepararsi ad una nuova sfida che è quella di una rivisitazione integrale delle regole dei rapporti individuali di lavoro approfittando dei vasti varchi lasciati dalla legislazione anche e spesso senza limitazioni (e quindi in melius ma anche in pejus); la forza rappresentativa di CNA e delle altre associazioni del settore è indiscussa ed è in grado di affrontare questa nuova stagione contrattuale. Siamo da tempo convinti che l'anomalia del nostro "costo del lavoro" non trovi la sua causa "nella legislazione" ma la trovi anche "nella contrattazione collettiva" la quale, giustamente e progressivamente migliorativa delle condizioni e dei trattamenti dei lavoratori, nella situazione attuale merita una "rivisitazione"; troppe sono le situazioni nelle quali gli oneri per le aziende sono "impropri" e non più sostenibili e alcuni più disincentivanti che remunerativi, come gli aggravii del costo del lavoro straordinario o supplementare e del lavoro interinale. In materia di orario di lavoro, di contratto a termine, di lavoro a tempo parziale, di preavviso, di periodo di comporto, di periodo di prova, di lavoro straordinario e supplementare fino alla flessibilità in entrata ed uscita (tutti istituti che, direttamente od indirettamente, finiscono per "avere un costo"), la contrattazione ha un ruolo determinante e può essere sen-



PARTECIPA ALLA VITA SINDACALE DI CNA PENSIONATI

- È il Sindacato dei pensionati più rappresentativo tra quelli promossi da Associazioni artigiane
- Associa 240.000 pensionati di ogni categoria
- È presente in tutte le province italiane
- Sviluppa azioni a tutela degli anziani sul potere di acquisto delle pensioni, sulla sanità, sui diritti sociali, sulla difesa dello Stato Sociale e del benessere
- Offre ai propri iscritti una serie di vantaggi, di servizi, di convenzioni e di assicurazioni gratuite
- Offre ai propri iscritti accoglienza e l'opportunità di non essere soli.

Dai più forza al tuo sindacato, insieme saremo più forti.





**PER IL RILANCIO
DELL'OCCUPAZIONE
OLTRE LA MODIFICA
DEL MERCATO DEL
LAVORO SERVONO
PROVVEDIMENTI DI
PIU' AMPIO RESPIRO**

sibile alla specificità del settore delle PMI con scelte anche “apparentemente” involutive dal punto di vista dei lavoratori, ma in realtà, molte di esse, senza costi economici per loro (ad es. l’allungamento dei periodi di prova, la flessibilità degli orari e delle mansioni). V’è da chiedersi se questa “crisi” non imponga delle “rivisitazioni complesse” degli istituti contrattuali con un sostanziale cambiamento di ruoli nelle parti sociali; forse non è più il tempo di nuove conquiste da parte delle Organizzazioni sindacali dei lavoratori, ma piuttosto quello della prudente rivisitazione di esse, in una logica di sano equilibrio che tenda a favorire un più corretto rapporto fra interessi contrapposti.

PAOLA MORINI Abbiamo sentito dunque quale sia dal punto di vista delle risorse umane e delle relazioni, il modello di sviluppo di questa tipologia di aziende artigiane e di piccole e medie imprese. Si è parlato inoltre di nuove regole e di cambiamento di ruoli nelle parti sociali. Il confronto che il Governo ha aperto proprio con

le parti sociali per affrontare e risolvere realmente il problema del lavoro, è appena agli inizi. Al Segretario generale di CNA che chiude questo nostro incontro, chiedo: quali ritiene siano le modifiche necessarie per le PMI anche alla luce della crisi economica di cui ancora non si intravede la fine?

SERGIO SILVESTRINI L’impianto complessivo della riforma, la cui finalità ultima è il riequilibrio del nostro mercato del lavoro verso un modello moderno e dinamico di stampo nord-europeo, non tiene debitamente conto del contesto economico-produttivo ed occupazionale di crisi del Paese. Varata per trasferire segnali chiari ai mercati finanziari ottemperando alle richieste pervenute dalla Banca Centrale Europea nell’estate del 2011, l’intero provvedimento è stato caricato di troppe aspettative. Infatti, in una fase di profonda recessione come quella che stiamo vivendo, una riforma del mercato del lavoro non può da sola risollevarle le sorti del nostro Paese. La crescita economica ed il rilancio dell’occupazione richiedono, non solo

la modifica dell’assetto del mercato del lavoro, ma anche provvedimenti di più ampio respiro per aiutare le nostre piccole e medie imprese a risollevarsi. A nostro giudizio, gli aspetti più critici della riforma sono costituiti senza dubbio dall’eccessiva rigidità in entrata, sulla quale è urgente intervenire, e dall’aggravio del costo del lavoro. Sul primo punto, è necessario semplificare le regole sul contratto a termine sia in materia di intervalli temporali che in materia di acasualità del primo contratto. Sul secondo aspetto, è necessaria una immediata rivisitazione dell’incremento delle aliquote contributive degli apprendisti, innalzate all’1,61%, che, considerando la crisi occupazionale che impatta su un numero sempre più crescente di giovani, non si giustifica in alcun modo. È, altresì, indispensabile intervenire sull’ulteriore incremento del costo del lavoro introdotto dalla riforma, ovvero il così detto contributo di licenziamento: una somma ad esclusivo carico del datore di lavoro che risolve, per qualsiasi causa, un rapporto di lavoro a tempo indeterminato. Riteniamo, pertanto, che tale contributo non

sia opportuno, perlomeno nei casi di gravi condotte del lavoratore. Ad esempio, appare assolutamente non condivisibile che se un lavoratore arreca un danno grave all'impresa nella quale è occupato, a seguito del giusto licenziamento, si debba comunque corrispondere all'Inps un importo massimo di 1.500 euro. Ricordo, infine, che il nuovo assetto degli ammortizzatori sociali (ASPI) fonda la sua sostenibilità esclusivamente sulle imprese; basti pensare al contributo di licenziamento sopra citato e al contributo addizionale per il contratto a termine pari all' 1,40%. Tale aggravio di costi, dovrà, pertanto, inevitabilmente portare ad un ripensamento complessivo delle ragioni di un cuneo fiscale e contributivo sul costo del lavoro non più giustificabili e sostenibili. L'Italia è, infatti, uno dei Paesi europei con la maggiore pressione fiscale sugli stipendi. L'elevato livello del cuneo fiscale e contributivo sul lavoro e del carico fiscale sulle imprese continua ancora a penalizzare il no-

stro Paese rispetto ai partner europei. A fronte, dunque, delle nuove misure introdotte dalla riforma del mercato del lavoro appare sempre più urgente procedere con la riduzione del cuneo fiscale e contributivo sulla scorta delle misure introdotte dal 2007 dal Governo Prodi. Certo la doppia morsa costituita dalla mancanza di risorse, blindate da vincoli di bilancio sempre più stringenti, e dalla eccessiva rigidità del sistema impone l'adozione di misure concrete e rapide. Si potrebbe pensare ad esempio di ridurre questa forbice utilizzando le risorse della spending review e quelle derivanti dal contrasto all'evasione fiscale.

Sempre in materia di ammortizzatori sociali, è con grande piacere che abbiamo rilevato la valorizzazione dell'esperienza portata avanti dal nostro settore in materia di bilateralità. Certo, la Legge di riforma del mercato del lavoro fissa una regolamentazione che cambierà probabilmente di molto il nostro modo di operare ma dovremo

adeguarci senza indugio e con spirito costruttivo perché questa è l'occasione che aspettavamo da molto tempo, ovvero il riconoscimento per legge della nostra bilateralità. Ritengo, dunque, che la maggior flessibilità in uscita, introdotta dalla riforma con la manutenzione dell'articolo 18 dello Statuto dei Lavoratori, per quanto lodevole, non sia stata in grado di compensare le eccessive rigidità in entrata. Mi preme, infine, sottolineare che mentre il nuovo articolo 18 impatta esclusivamente sulle grandi aziende, le imprese artigiane e le piccole imprese, escluse dal campo di applicazione della norma in materia di licenziamenti, risultano essere le più penalizzate dagli effetti complessivi della riforma.

LA CRISI TI SCHIACCIA?



INVESTI IN COMUNICAZIONE.

Investire in comunicazione è la soluzione vincente per il futuro.

Non più un costo ma un investimento in grado di creare mercato, di far girare l'economia, di produrre lavoro. Con una esperienza pluriennale nel settore, la nostra agenzia può indicarvi quale sia la strategia migliore per la vostra azienda. Creatività, pianificazione, innovazione: i tre punti principali per guardare al futuro con ottimismo.



VIA B. BUOZZI, 77
 40013 CASTEL MAGGIORE (BOLOGNA)
 TEL. 051 6325461 - FAX 051 4179091
 info@brain-adv.com
 www.brain-adv.com

CONCESSIONARIA PUBBLICITARIA
 PER LE RIVISTE CNA

IMPRENDITORI DI TUTTA ITALIA, UBITEVI.



UTILIO.

Le soluzioni personalizzate che piccole e medie imprese, artigiani, commercianti e liberi professionisti stavano aspettando.

UBI Banca Popolare di Ancona

Messaggio pubblicitario. Per le condizioni contrattuali si rinvia a quanto indicato nei fogli informativi disponibili in filiale.

numero verde 800.500.200
 www.utilio.it

Parla Gianni Riotta

L'innovazione non va predicata ma praticata dall'intera società



“Il nostro paese è di fronte alle sfide del cambiamento. Il web ha un ruolo decisivo nel processo di trasformazione economico e sociale in atto e le reti digitali rivestono un ruolo essenziale nel consentire all'Italia di mantenere e migliorare la propria competitività. La rete può avere una funzione trascinatrice dell'economia. Ecco perchè è vitale dotare tutto il paese delle adeguate infrastrutture telematiche nonchè dell'agenda digitale.”

Giornalista, scrittore, docente universitario, esperto di new media. Il curriculum di Gianni Riotta è quello di un “addetto ai lavori” che può dare un grande contributo nel tentativo di capire le trasformazioni politiche, economiche e sociali con le quali si sta misurando la nostra comunità. Trasformazioni che sono state esaminate sotto diverse prospettive nell'ultima edizione di “Next”, l'happening dei Giovani Imprenditori CNA dell'Emilia Romagna, che si è svolto a Mirandola - uno dei Comuni più colpiti dal terremoto del 2012 - lo scorso 21 maggio, incontro nel quale si è parlato appunto di ricostruzione e di futuro. E' in quest'occasione che abbiamo incontrato

Riotta per una chiacchierata che ha toccato l'economia, la politica, in una parola l'intera società, alle prese con le sfide del cambiamento.

L'innovazione rappresenta sicuramente una sfida. In che termini?

Il problema è che è proprio la società nel suo complesso ad essere restia nei confronti dell'innovazione, che è la quinta essenza del cambiamento. E' un discorso ampio, che non caratterizza solo una parte della comunità. Ecco perché la dichiarazione di Padoa-Schioppa sui giovani presunti bamboccioni non mi trova d'accordo. L'innovazione, insomma, va praticata, più che predicata, dall'intera società.



di Ermes Ferrari

Responsabile Ufficio Studi e Comunicazione CNA Modena

VISTO DA VICINO


**GIANNI
RIOTTA**
**UN CONVINTO
SOSTENITORE
DEL RINNOVAMENTO**

Gianni Riotta nasce a Palermo nel 1954. Qui inizia la sua carriera di giornalista ne "Il giornale di Sicilia" e come corrispondente de "Il Manifesto". Dopo essersi trasferito a Roma, inizia a scrivere per "La Stampa" e "Il Corriere della Sera", di cui diviene inviato negli Stati Uniti. Nel 2006 viene chiamato a dirigere il TG1, mentre tre anni più tardi passa a dirigere "Il Sole 24 Ore", dove rimane fino al 2011. Attual-

mente è editorialista de "La Stampa" e visiting professor alla Princeton University. Accanto alla carriera di giornalista e docente universitario, porta avanti una vivace attività di scrittore iniziata nel 1991 con la pubblicazione di Cambio di Stagione. Tra i suoi libri più conosciuti: N.Y: Undici settembre (2001), Alborada (2002), Le cose che ho imparato (2011) ed il più recente: Il web ci rende liberi? (2012).

Passare dalle parole ai fatti, insomma. Come sanno fare altri paesi.

I francesi, ad esempio, che sono degli italiani furbi, una definizione che li farebbe senz'altro arrabbiare, ma che fotografa bene la realtà. Un esempio? A Parigi si sono inventati il tour della città basato sul "Codice Da Vinci", il best seller di Dan Brown. Secondo voi la stessa cosa è stata fatta a Roma per "Angeli e demoni"?

La risposta, ahinoi, è scontata. Ma dove nascono i nostri problemi?

Dall'incapacità di fare rete. Noi italiani siamo bravissimi, sappiamo risolvere tutto e porci all'attenzione del mondo per le nostre soluzioni. Però siamo nemici tra di noi. E' un antico retaggio storico: chi ti è più vicino, ti è più nemico. Un esempio: la formazione, che è decisiva nello sviluppo, ma che non può essere affidata alle imprese e, soprattutto, non può essere dispersa in una miriade di enti e strutture in competizione tra di loro. Si tratta di un problema culturale che,

tanto per fare un esempio, è bistrattato anche da un quotidiano come il Sole 24 Ore che, proprio in quanto di proprietà di Confindustria, dovrebbe puntare su un fattore strategico come questo.

Dalla formazione alla didattica il passo è breve.

La situazione nell'università italiana è paragonabile a quella della musica dieci anni fa, quando si pensava che il passaggio dal vinile ai cd fosse quello definitivo, mentre all'orizzonte si profilavano già lo streaming e le altre soluzioni offerte dal web. Oggi l'educazione digitale è un treno già lanciato, a in Italia siamo ancora fermi alla stazione. Un vero delitto, perché la didattica on line sarebbe in grado di dare vantaggi straordinari. Se ti piace un corso di laurea che si tiene, che so, a Princeton, perché non puoi seguirlo a Bologna? La scuola, insomma, riflette i cambiamenti che stanno coinvolgendo l'intera economia.

Già, l'economia. Cosa sta accadendo in quest'ambito?

Direi cosa è già accaduto. E' successo che è cambiato radicalmente il rapporto con il prodotto. In passato siamo stati abituati ad un prodotto standardizzato che andava a bene per tutti, all'industria di massa. Oggi, invece, stiamo andando verso la personalizzazione, stiamo passando dalla società di massa alla società degli individui. Pensiamo alla moda e all'importanza che stanno acquisendo gli accessori. In questo noi italiani siamo, o dovremmo essere, in prima fila, perché in questo campo, e penso ancora una volta all'esempio del settore moda, siamo maestri. Si tratta di un'occasione da sfruttare, perché non so quante altre potremmo averne.

In questo contesto che ruolo possono assumere le associazioni di categoria?

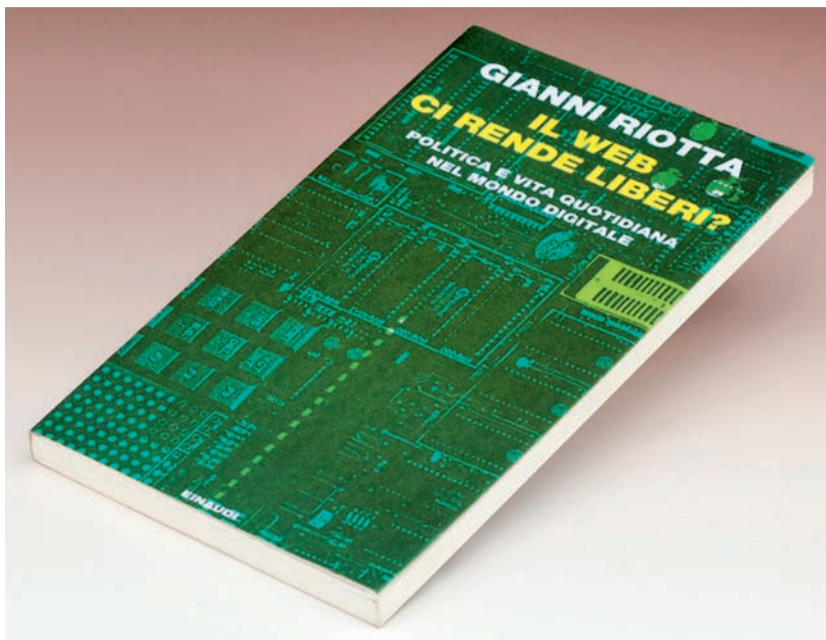
Credo che CNA al pari di Confindustria e delle altre associazioni im-

INTERVISTA

ditoriali, dovrebbe uscire dai confini tradizionali per offrire ai propri associati pacchetti minimi, ad esempio per ciò che riguarda l'internazionalizzazione, le reti d'impresa, che possono legare chi esporta, ovvero le imprese più competitive, a chi lavora essenzialmente sul mercato locale. Poi i brevetti. Se qualcuno vuole consulenza fiscale o tributaria la può trovare da qualsiasi commercialista, il vero valore dell'associazionismo, in particolare di quello economico, è altrove. Ad esempio, è nella difesa degli interessi delle singole categorie che, a ben vedere, è una sorta di "personalizzazione" della rappresentanza.

Il settore che salta subito all'occhio, parlando di trasformazione ed innovazione, è il web: in questa direzione che ruolo può giocare il nostro Paese?

Spesso quando si parla di digitale si pensa ad una realtà virtuale. In realtà, l'universo digitale è molto più "fisico" di quanto si pensi: il web è fatto di cavi di collegamento, di server, di "re-



covery data", cioè di centri fisici, veri e propri palazzi climatizzati destinati ad ospitare tutte le varie apparecchiature informatiche. L'Italia credo possa avere un ruolo importante anche in questo, oltre che nella digitalizzazione vera e propria.

Se il web e tutto ciò che gli sta intorno ha una grande valenza economica, la rete ha anche un grande impatto sociale, un argomento sul quale ha scritto anche il suo ultimo libro "Il web ci rende liberi?" Ma cos'è il web è buono o cattivo?

Garantiamo l'impresa in tutta l'Emilia Romagna.

9 filiali, 19 agenzie, un solo consorzio di garanzia.

www.unifidi.eu



NOODLES CORPORATE

Unifidi è il più grande consorzio unitario di garanzia della regione. Le sue garanzie fidejussorie possono essere richieste nelle filiali del consorzio, nelle sue agenzie convenzionate e negli oltre 400 sportelli di CNA e Confartigianato distribuiti in modo capillare sul territorio. Ecco perché una garanzia Unifidi rende l'impresa possibile in tutta l'Emilia Romagna.



Confartigianato



Regione Emilia-Romagna

Unifidi

Emilia Romagna

Garantiamo l'impresa

La rete non è nient'altro che uno strumento, che in quanto tale non è né buono, né cattivo. Siamo noi che possiamo farne un uso giusto o sbagliato. Sicuramente nel web oggi esprimiamo una buona parte delle nostre relazioni e per questo attraverso il web maturiamo convinzioni, manifestiamo emozioni. Uno strumento così ampio crea un enorme spazio di libertà, è evidente, aprendo peraltro diverse questioni, come la veridicità delle informazioni diffuse dal web. E, soprattutto, chi ne detiene il governo. Basti pensare che il 95 per cento del traffico della rete arriva da Facebook, Twitter, YouTube, Amazon e pochi altri snodi fondamentali.

E l'informazione?

Sarà un'altra rivoluzione. Cambierà, e del resto lo sta già facendo, anche il modo di fare giornalismo.

Ma, in definitiva, il web ci renderà più liberi? E, magari, persino migliori?

La realtà che ci troveremo di fronte domani sarà molto innovativa, ma anche piuttosto complicata. Il web non

è né la risoluzione a tutti i mali del mondo, né il crogiuolo della stupidità universale. Quel che è certo, è che oggi conservano un peso importante anche altri mezzi di comunicazione. La popolarità televisiva, ad esempio, è ancora determinante, come hanno dimostrato le ultime elezioni politiche.

Eppure in molti ritengono che il successo di Grillo sia nato dalla rete...

Io credo che Grillo abbia saputo usare benissimo il web, ma la sua notorietà nasce in televisione. E' questa notorietà che lui e Casaleggio portano sulla rete, amplificandola e accelerandola. Ecco, il web è un potentissimo acceleratore, che però funziona solo se hai un certo radicamento sociale, una riconoscibilità ben definita. Ma occorre fare attenzione, perché la rete è tanto veloce a darti consenso, quanto rapida a togliertelo. Il caso di Oscar Giannino è emblematico in questo senso. Comunque non è che ci sia nulla di particolarmente rivoluzionario in tutto questo, in fondo Obama ci aveva già vinto le elezioni nel 2008 in que-

sto modo. Certo, per il nostro Paese si tratta di una novità.

Un'ultima domanda: cosa dovrebbe fare la politica a questo proposito, in particolare il nuovo governo, per lasciare un'impronta importante nella vita del Paese?

Credo che un governo di unità nazionale, oltre alle riforme, debba mettere al centro quell'agenda digitale di cui tanto si è parlato, ma alla quale sino ad oggi non è stata data concretezza. Se il web ha un ruolo fondamentale nel processo di trasformazione economico e sociale, allora le reti digitali rivestono un ruolo essenziale nel consentire all'Italia di mantenere e migliorare la propria competitività. La rete, insomma, può avere una funzione trascinatrice dell'economia e della società. Ecco perché è vitale dotare tutto il Paese, da nord a sud, delle adeguate infrastrutture telematiche. Quanto alla politica, non sarò certo io a difenderla. Però devo constatare che la società civile non si sta certo dimostrando migliore della prima. Si tratta di una verità con la quale ciascuno di noi deve fare i conti.



CNA interpreta srl
analisi applicata della normativa


i servizi interpretativi


Servizi on-line


Consulenza


mitinvideo

Dal 1997, CNA Interpreta è l'interlocutore privilegiato in materia legislativa per associazioni, consorzi, enti, professionisti e imprese. Un team di esperti al servizio delle aziende; un supporto importante quando un chiarimento è fondamentale per procedere nel lavoro; quando serve un'interpretazione qualificata del quadro normativo dedicato alle imprese; quando è d'obbligo una risposta competente.

Un nuovo portale CNA Interpreta impiega gli strumenti più innovativi per offrire agli utenti tutte le informazioni che occorrono. Nuovi servizi di: formazione a distanza in videoconferenza, posta certificata, locazioni, consulenza gestionale e finanziaria; archivi normativi aggiornati; video streaming e tutti gli altri servizi on line e di consulenza che rendono da anni il sito apprezzato e consultato da migliaia di imprese e professionisti.


Formazione


Sportello Istruttore in Rete


@-cert


Locazioni Immobiliari

Un portale per accedere agli aggiornamenti legislativi, per visionare manuali, scaricare software, pianificare consulenza e formazione a distanza.

www.cnainterpreta.it

Il punto di riferimento.

VIA MALAVOLTI, 5 41100 MODENA

Tel. 059 418376 • Fax 059 418398 • e-mail: info@interpreta.it www.cnainterpreta.it

Una ricerca testa il sentiment degli imprenditori

La crisi si fa più acuta e la fiducia cala ancora



Le piccole e medie imprese del centro nord alle prese con una pesantissima fase economica. Scetticismo sui tempi della ripresa: le previsioni a breve e medio termine sono tutte di segno negativo.



di **Vincenzo Freni**
 Freni Ricerche di Marketing
 Firenze

DAL VOTO E' SCATURITO UN GOVERNO FRAGILE CHE TUTTAVIA SI AUSPICA SAPPIA DARE RISPOSTE AD ALCUNE URGENZE COME LA GRAVITA' DELLE SITUAZIONE IMPONE

PER LE PMI SI ACCENTUANO I FATTORI DI DIFFICOLTA': SCARSA LIQUIDITA', DOMANDA DEBOLE ED INVESTIMENTI AL PALO

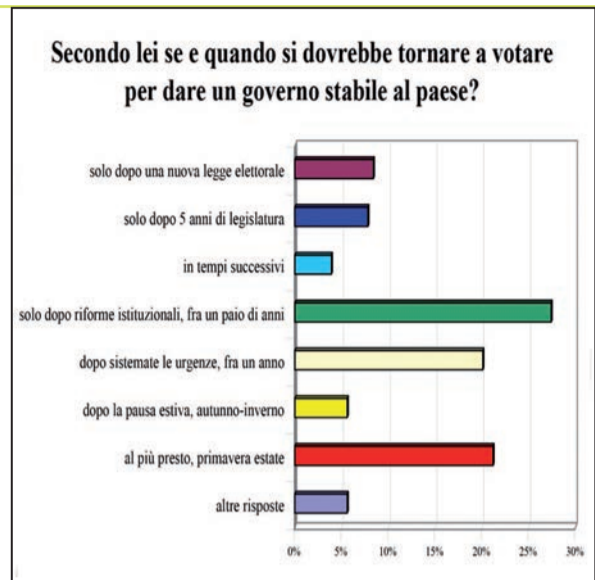
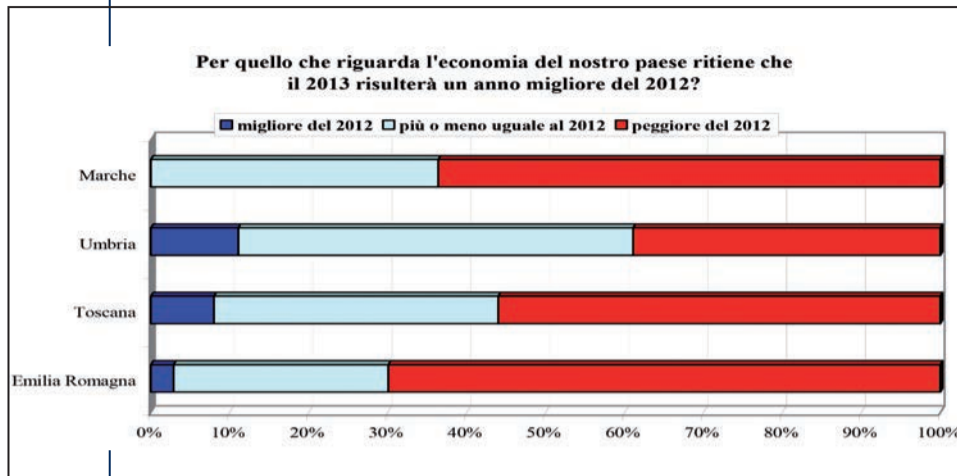
Qual'è lo stato di salute delle piccole imprese del centro-nord? Sicuramente preoccupante. Lo attestano i risultati di una rilevazione effettuata tra un campione di imprenditori di Emilia Romagna, Marche, Toscana e Umbria associati a CNA, tra marzo e aprile. L'indagine ha coinciso con uno scenario nel quale alla fase recessiva sul piano economico, si è accompagnata una acutissima crisi politica all'indomani dei risultati elettorali di febbraio che hanno reso molto difficile la formazione di un nuovo governo. Nel corso della rilevazione la crisi politica ha trovato infine soluzione con il nuovo mandato al Presidente della Repubblica Giorgio Napolitano e la formazione di un governo così detto delle "larghe intese" presieduto dall'on. Enrico Letta. La sovrapposizione del difficile scenario politico a quello economico ha certamente contribuito all'ulteriore degrado del sentiment degli imprenditori.

L'area del centro nord attraversa un'intensa fase recessiva, specialmente nelle Marche ed in Emilia Romagna, con riflessi significativi sull'occupazione, situazione che gli strumenti della mobilità hanno potuto solo attenuare. Si registra infatti una contrazione sia per quello che riguarda il numero degli addetti (-1.2%) che quello degli occupati (-1.6%). La riduzione di posti di lavoro è soprattutto a carico del settore edile e di quello dei servizi. Marche e

la Romagna i territori in maggiore difficoltà. Al momento dell'intervista utilizzava gli ammortizzatori sociali più di un'azienda su 5; negli ultimi 6 mesi è stato coinvolto il 30% delle imprese. La situazione di crisi risulta particolarmente intensa nelle Marche. La mobilità "a rotazione" non infrequentemente coinvolge tutto il personale. Le prospettive di un ritorno al lavoro del personale in mobilità risultano al momento incerte.

I fattori di crisi che contrassegnano l'attuale fase recessiva sono da una parte la debolezza della domanda interna e la carenza di liquidità (poco credito dalle banche e ritardo nei pagamenti da parte dei clienti, sia pubblici che privati) e dall'altra l'incidenza dei costi (del lavoro, di gestione e finanziari con relativo indebitamento) che le imprese devono sostenere.

Tutto questo compromette gli investimenti che restano al palo. La rinuncia ad investire è una ulteriore espressione della gravità del deterioramento delle attese delle PMI; ancora più critica si presenta la situazione nelle Marche e in Emilia Romagna rispetto a Toscana e Umbria. Ne consegue un ulteriore calo di fiducia. Gli imprenditori sono depressi: "non ci sono prospettive di ripresa" dicono. All'origine di questo sentiment negativo c'è la mancanza di prospettive. La ripresa è ritenuta ancora molto distante, decisamente più



lontana del 2014; diversi imprenditori hanno parlato di 5 anni.

Uno degli elementi che non aiutano ad investire sul futuro è l'accesso al credito che resta difficile. L'atteggiamento di diffidenza del sistema bancario verso le PMI aggrava la fase recessiva. Lamentano gli imprenditori che le banche ottengono liquidità a condizioni molto vantaggiose senza immetterla nel sistema produttivo e, quando lo fanno, il costo in termini di condizioni e tassi risulta elevato. La produzione in calo, la scarsa liquidità, la carenza di domanda interna, ma anche una flessione sul piano delle esportazioni, fanno sì che le attese per il 2013, siano tutte di segno negativo. A livello Italia prevale nettamente l'attesa per una flessione dell'attività rispetto al 2012, in maniera ancora più accentuata tra gli imprenditori di Emilia Romagna e Marche. Sul fronte delle prospettive della propria azienda, le aspettative risultano più articolate rispetto alla previsione per l'economia italiana: le PMI di Emilia Romagna e Marche esprimono un pessimismo ancora più accentuato rispetto a quelle di Toscana e Umbria.

A questo scenario, si aggiunge l'incertezza del quadro politico. Il risultato delle elezioni, non è stato quello auspicato. Quello scaturito dal voto: instabilità e ingovernabilità è stato l'esito più sgradito dal punto di vista degli imprenditori (che hanno bisogno di

certezze e decisioni rapide). Il governo delle così dette "larghe intese", che è risultato l'unica via praticabile, ha prospettive fragili. Bocciato decisamente il "governo tecnico" tutto rigore e niente crescita, non ci sono tra gli imprenditori molti rimpianti per l'esperienza del governo Monti.

Fra gli intervistati prevale largamente l'esigenza di un governo politicamente responsabile davanti agli elettori nel mantenimento di propositi ed impegni. Il successo del Movimento 5 Stelle preoccupa: "molto populismo, ma proposte nessuna", dicono gli intervistati. Il successo di Grillo, rappresenta per la stragrande maggioranza degli imprenditori, la vittoria dell'irresponsabilità e della demagogia più sfrenata; preoccupano in particolare alcuni toni del tipo: "tutti a casa", "resteremo solo noi". Si discosta in misura significativa da questa valutazione l'area delle Marche (32%).

L'orientamento prevalente è che adesso non serve un ritorno alle urne, ma stabilità, coesione e riforme per tornare a crescere. Tra gli intervistati, prevale la prospettiva di un governo della durata di un paio d'anni, che realizzi riforme di tipo istituzionale (abolizione delle province e del bicameralismo, riduzione del numero dei parlamentari e dei costi della politica) e metta in atto i primi provvedimenti urgenti sull'occupazione come sgravi fiscali su assunzioni a tempo indeter-

minato, decontribuzione e semplificazione dell'apprendistato e poi risposte immediate sulle urgenze economiche che assillano le PMI: dalla riduzione del costo del lavoro, alla immissione di liquidità per far ripartire mercato e investimenti, ridando così fiato all'economia. Tra i provvedimenti urgenti gli imprenditori del centro nord pongono anche la riforma della legge elettorale, ormai non più rinviabile "Le prossime elezioni - dicono - devono poter garantire un vincitore chiaro in grado di governare" per evitare che si riproduca la situazione di ingovernabilità che ha portato alla formazione dell'attuale governo. L'insistenza sulla riforma elettorale ha una motivazione precisa. Il governo Letta che ha preso forma dopo un lungo tergiversare manca, secondo gli intervistati, di prospettive a lungo termine. Non appare cioè in grado di rimanere in carica per l'intera legislatura. Ad avviso degli imprenditori, si potrebbe tornare al voto, entro un anno - 18 mesi e quindi serve una legge elettorale in grado di consegnare certezze, governabilità e stabilità. Tuttavia, gli intervistati ritengono che "la strana maggioranza" non abbia oggi alternative possibili e che in qualche modo, dunque, rappresenti l'ultima possibilità per non tornare a votare a breve. Tra gli imprenditori del centro nord, l'Esecutivo delle larghe intese appare fragile, e tuttavia, dicono: "proviamo a crederci".

Ghetti di Faenza leader nella lubrificazione

Un'azienda familiare tutta
femminile al servizio delle
imprese da oltre 50 anni

di Giada Guida

Giornalista

Una presenza consolidata sul territorio per un'impresa a totale conduzione familiare e al femminile, così si presenta la Ghetti Lubrificanti di Faenza. Da oltre cinquant'anni l'azienda svolge la propria attività nel campo dei lubrificanti e dei servizi ad essi correlati. Tutto nacque dall'idea di **Antonio Ghetti** negli anni 50': dapprima come agente, poi rivenditore, fino al deposito e gli uffici in Via Malpighi a Faenza. Oggi l'azienda è Concessionaria SHELL nelle province di Ravenna e Bologna, ha un deposito di 1.000 mq con mezzi di trasporto propri per le consegne, conta circa 15 addetti con un fatturato di 6 milioni di euro e 1.500 aziende clienti servite nel 2012.

A presentarci l'azienda e la sua storia è **Stefania**, attuale direttore tecnico della Ghetti Lubrificanti. "Mio padre Antonio quand'era ancora in piena attività, ha pensato al futuro dell'impresa chiedendo alle figlie di entrare in azienda. Per prima è arrivata **Silvia**, che segue la parte amministrativa, poi, nel 1995 sono entrata anch'io a far parte dell'azienda. Ho lasciato un buon posto in banca –

spiega Stefania - e ho deciso di lanciarmi in questa attività". **Federica** è la terza delle sorelle Ghetti arrivata in azienda nel 2011 come consulente esterno per occuparsi della parte marketing e web. Ognuna ha portato le proprie competenze, provenienti da studi diversi, che si integrano perfettamente nel gruppo: Stefania è laureata in economia e commercio, Silvia è ragioniera, Federica è ingegnere elettronico. Antonio Ghetti è soddisfatto del modo in cui conducono l'azienda da lui creata: "Le mie figlie sono bravissime e non avrebbero bisogno di me" racconta raggiungendoci per un saluto durante l'intervista. A 83 anni porta in azienda tutto il suo entusiasmo e la passione per il lavoro di una vita. "E' il primo ad arrivare al mattino e rimane in azienda fino alla chiusura – interviene Stefania". Anche la moglie **Iolanda**, che ha sempre affiancato Antonio nell'attività, tutte le mattine passa in azienda per mantenere buone relazioni con i collaboratori.

La Ghetti Lubrificanti si occupa di vendita sia all'ingrosso che al dettaglio,



NATA NEGLI ANNI '50 GHETTI LUBRIFICANTI E' OGGI CONCESSIONARIA SHELL A RAVENNA E BOLOGNA; HA UN DEPOSITO DI 1.000 METRI QUADRATI, CONTA CIRCA 15 ADDETTI, UN FATTURATO DI 6 MILIONI DI EURO E 1500 AZIENDE CLIENTI SERVITE NEL 2012. LA GHETTI LUBRIFICANTI SI OCCUPA DI VENDITA SIA ALL'INGROSSO CHE AL DETTAGLIO CON UNA CLIENTELA CHE VA DAL PICCOLO ARTIGIANO ALL'AZIENDA INDUSTRIALE MEDIO GRANDE E COMPRENDE ANCHE TUTTO IL SETTORE DELL'AUTOTRAZIONE. NON MANCA UNO SGUARDO ALLA RETE: L'E-COMMERCE PER LA VENDITA DI LUBRIFICANTI AUTO E MOTO ALL'UTENTE FINALE E' LA NOVITA' DEL 2013.

con una clientela piuttosto varia che va dal piccolo artigiano all'azienda industriale medio grande e comprende anche tutto il settore dell'autotrazione, quindi officine auto e moto, aziende agricole, e qualsiasi realtà in cui ci sia impiego di lubrificanti. "Abbiamo operato da sempre storicamente in Romagna dove siamo molto conosciuti e abbiamo una clientela già fidelizzata – spiega Stefania. Come distributori ufficiali Shell dal 2009 abbiamo anche tutta l'area della provincia di Bologna: in questi anni abbiamo acquisito clienti importanti anche in quest'area geografica, ma ancora la nostra notorietà è inferiore e continuiamo a investire per raggiungere meglio le imprese bolognesi. Abbiamo sempre puntato a prodotti di qualità, con brand riconoscibili, e abbiamo anche una fascia di prodotti più economici per chi ha esigenze di altro tipo – ci dice Stefania". L'obiettivo dunque è diventare punto di riferimento anche per le imprese bolognesi. Non manca naturalmente uno sguardo alla rete: l'e-commerce per la vendita di lubrificanti auto e moto all'utente finale è la novità del 2013.

Possiamo definire la Ghetti Lubrificanti come un'impresa "rosa" in un settore non tipicamente femminile ma questo non preoccupa Stefania: "Non ho mai avuto difficoltà coi colleghi maschi, se non un po' di stupore all'inizio quando chiedono di parlare con un tecnico e sentono al telefono una voce femminile. Ma era un fenomeno più frequente in passato ed ora si sta esaurendo". Sono dunque l'aspetto tecnico e professionale, la formazione, la competenza, l'affidabilità, la conoscenza dei prodotti e della realtà in cui si opera, a fare la differenza. "Lavoriamo anche nel settore autotrazione – aggiunge Ste-

fania – abbiamo appena tenuto un corso dedicato a meccanici e officine auto. Ci formiamo noi ma ci teniamo anche alla formazione dei clienti che devono sapersi orientare, avere più strumenti per sé e di conseguenza per i propri clienti". La competenza tecnica e l'affidabilità unite alla formazione sono fondamentali per orientare scelte corrette.

I clienti sono considerati dei partner: l'obiettivo è farli risparmiare attraverso processi più efficienti. "Quello che instauriamo con il cliente è un rapporto di collaborazione e non di semplice vendita – chiarisce Stefania - La vendita è una parte importantissima, la base per un'azienda commerciale, ma l'obiettivo per noi è più allargato, ed è cioè quello di collaborare col cliente per trovare insieme la soluzione migliore in base alle sue specifiche necessità, in modo da poter gli dare il prodotto ottimale in termini di qualità/prezzo che gli consenta di avere la gestione più efficiente, accurata ed economica. Questo tipo di approccio ci consente di calcolare il risparmio economico che il cliente può ottenere nella manutenzione degli impianti, adottando un particolare tipo di lubrificazione, rispetto ad un altro, evidenziando cifre considerevoli che a volte stupiscono lo stesso cliente."

I settori serviti da Ghetti Lubrificanti sono, come detto, svariati. Si tratta prevalentemente di aziende del settore meccanico, costruttori, aziende di lavorazione metalli, stampaggio plastica, tutto quello che è la movimentazione idraulica, manutenzione e costruzione gru, impianti di sollevamento, allestimenti per camion, industrie alimentari, aziende agricole e il comparto dell'energia, specie quello legato alla cogenerazione e alle pale eoliche. Ed è proprio



a questi ultimi comparti che si guarda con maggiore attenzione perché sono oggi un settore in espansione. "Ancora più evidenti e importanti sono gli aspetti di una corretta lubrificazione se si tratta di un motore a co-generazione – spiega Stefania – in cui il fermo macchina si traduce direttamente in un mancato produzione di energia e quindi in un mancato ricavo del cliente.". Il valore aggiunto della Ghetti Lubrificanti è quindi costituito dai servizi specializzati che è in grado di offrire al cliente in tutte gli aspetti legati alla lubrificazione: dalle attrezzature ai prodotti complementari, alle analisi tecniche degli oli, alla consulenza a 360 gradi, ma non solo.

Altro punto fondamentale è la capacità di garantire alla propria clientela consegne dirette, tempestive e di gestire le richieste urgenti in tempi veloci: "facciamo tutto in proprio, curiamo noi le consegne anche in emergenza. Qualche giorno fa un cliente mi ha fatto i complimenti – racconta sorridendo Stefania – due ore dopo la sua telefonata l'olio era a destinazione e c'erano già i tecnici sul luogo. Cerchiamo poi

di organizzarci per avere una gestione sistematica delle consegne. Le aziende così possono ridurre o eliminare del tutto le scorte di lubrificante a magazzino perché sanno di poter contare sul nostro deposito sempre ben fornito e su consegne tempestive". Crisi e calo dei consumi non hanno scoraggiato gli investimenti. Si punta su una spinta all'area vendite, web, tecnologia per guardare al futuro con ottimismo. "La nostra risposta alla crisi è stata l'ampliamento dell'area commerciale, il miglioramento della gestione operativa - prosegue Stefania – che ha consentito di aumentare il fatturato e consolidarci anche in questi ultimi anni". Oltre a nuovi agenti su Bologna e allo sviluppo dell'e-commerce è stato ottimizzato anche il processo di vendita con l'adozione di un software CRM, Customer Relationship Management: un sistema di gestione dei clienti e monitoraggio delle vendite, al quale gli agenti si possono collegare via web in ogni momento per vedere la disponibilità della merce, la situazione del cliente, gli ordini e i preventivi aperti e che gli consente in definitiva di dare risposte

sempre corrette e puntuali. Gli investimenti sono fondamentali e l'entusiasmo che si legge negli occhi di Stefania, Silvia e Federica è lo stesso che trasmette il padre Antonio. Forse è questo il segreto per superare i momenti in cui l'economia non gira a favore: "Anche se negli ultimi tempi è davvero faticoso un po' per tutti a causa della crisi, questo lavoro mi dà grandi soddisfazioni – osserva Stefania" e al futuro si cerca di guardare con ottimismo.



Stefania, Silvia e Federica Ghetti

CANTELLI  **ROTOWEB**
INDUSTRIA ROTOLITOGRAFICA

- * *Cataloghi*
- * *Riviste*
- * *Giornali*
- * *Volantini*

www.cantelli.net
info@cantelli.net



Cantelli Rotoweb è certificata FSC e quindi in grado di attestare l'utilizzo di carta originata da legnami provenienti da foreste certificate FSC


TIPITALIA
TIPILOGRAFIA

- * *Stampa digitale*
- * *Packaging*
- * *Allestimenti fieristici*

www.tipitalia.it
info@tipitalia.it

... *Un mondo di carta* ...


Gruppo Cantelli

Via Saliceto 22/E - 40013 Castel Maggiore (BOLOGNA) - Tel. 051.700606



di Francesco Cancellato

Ricercatore Consorzio Aaster

La crescita dell'export cambia mercati e settori

Dietro le quinte, l'ascesa di un nuovo made in Italy

Dante Ferretti, Gianluca Lo Schiavo, Michael Giacchino, Mauro Fiore, Dario Marianelli, Milena Canonero, Dante Scalia. Sono nomi che forse non vi dicono molto, se non siete dei cinefili. Sono gli ultimi otto italiani ad aver vinto un Oscar, dal 2004 al 2012. Sono scenografi, compositori, direttori della fotografia, costumisti, montatori.

Nessun miglior attore protagonista, né miglior regista, quindi. Gente che rimane sullo sfondo, i cui nomi scorrono dopo uno o due minuti di titoli di coda. Parte del processo, non del palcoscenico.

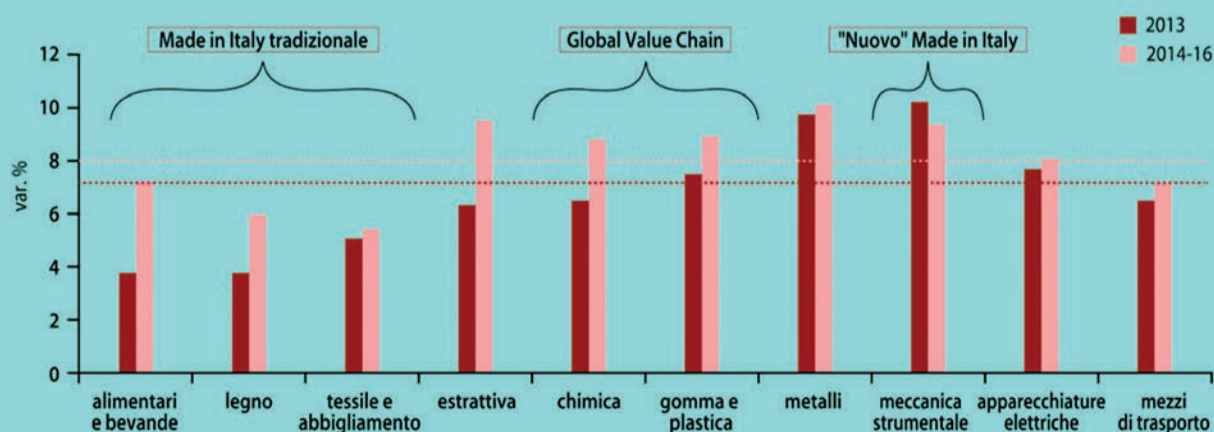
Il nostro made in Italy assomiglia più a loro che a Benigni o a Tornatore. Certo: anche noi abbiamo i nostri grandi attori e registi, come ci sono i marchi più famosi della moda, dell'alimentare, dell'arredo casa, dell'industria automobilistica. Molti di quei marchi, tuttavia, sono italiani solo nel nome. Tanto per fare degli esempi: Bulgari, Emilio Pucci, Acqua di Parma, Fendi sono in mano

alla Louis Vuitton, Moët, Hennessy; Gucci, Bottega Veneta, Sergio Rossi e, di recente, Pomellato sono finiti sotto la Kering della famiglia Pinault; peraltro, secondo la Coldiretti, nel solo 2011 abbiamo venduto all'estero una quantità di marchi alimentari italiani che assieme fanno 5 miliardi di fatturato.

Il grafico sotto riportato, tratto dal rapporto Sace sulle prospettive dell'export italiano nel triennio 2014-2016, parla piuttosto chiaro: pur in un contesto di crescita generalizzata dell'export in valore, non saranno le imprese dell'alimentare, dell'arredo casa e del tessile abbigliamento (o meglio: quelle che ci sono rimaste in casa) a trainare le nostre esportazioni. Ben più di loro cresceranno le attività estrattive, la chimica, i produttori di gomme e plastiche, le industrie che lavorano il metallo, la meccanica strumentale, le apparecchiature elettriche.

Secondo il rapporto Sace "il peso dei beni intermedi sul totale export

Crescita dell'export italiano di beni* per settori



*Le linee nel grafico indicano il tasso di crescita per il totale beni, per gli anni 2013 e 2014-2016

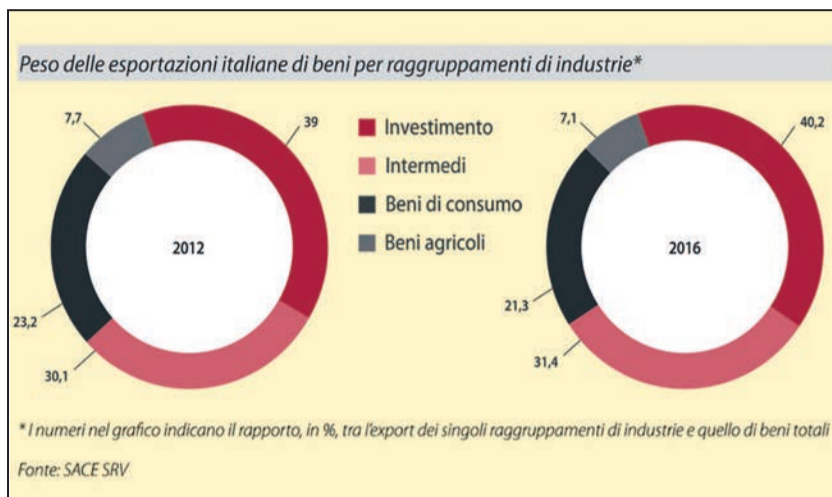
Fonte: SACE SRV

aumenterà dal 30,1% del 2012 al 31,4%; del 2016, quello dei beni di investimento dal 39% al 40,2%. Si ridurrà invece il peso dei beni di consumo”.

Molte delle imprese appartenenti a tali settori sono realtà italiane di nome e di fatto che lavorano, al pari dei nostri scenografi e costumisti a Hollywood, nelle cosiddette Catene Globali del Valore. La loro Disney, Universal, 20th Century Fox si chiamano Samsung, Mitsubishi, Siemens, Bayer, Rim.

Le multinazionali creano i prodotti standard. Loro, le piccole e iperspecializzate imprese italiane, creano invece quelle soluzioni che li personalizzano e li rendono unici. Secondo Sace, le esportazioni di meccanica strumentale cresceranno nel 2013 di 13 punti percentuali e nel triennio successivo si manterranno su un livello di crescita che lambrà il 10% medio annuo. Stesso discorso per le macchine utensili, settore in cui l'Italia è il terzo produttore mondiale e in cui si prevede che la domanda crescerà, da qui al 2015, di 10 punti ogni anno.

Si tratta di un mare, quello delle



Catene Globali del Valore, in cui le piccole e medie imprese italiane sanno nuotare come poche altre. Non devono preoccuparsi del marketing, della promozione e della distribuzione all'estero, tutte cose in cui scontano un atavico ritardo con il resto del mondo occidentale, a causa delle loro piccole dimensioni, che non consentono investimenti adeguati in tali ambiti. Hanno una specializzazione tale da permettere loro di non

temere la concorrenza di prezzo di realtà provenienti da paesi a basso costo del lavoro. Hanno clienti grandi e affidabili, che pagano il giusto, nei giusti tempi.

Soprattutto, in questo modo, si posizionano sui mercati emergenti, quelli a maggiore crescita. La meccanica strumentale e metalli, per dire, servono per infrastrutturare e a industrializzare un paese; le apparecchiature elettriche a rendere più moderni

La vostra fiducia cresce. I vantaggi maturano.

Primo Confidi della Regione Marche iscritto dalla Banca d'Italia nell'elenco speciale degli Intermediari Finanziari

Fidimpresa Marche la prima, la più grande cooperativa di garanzia regionale Ente Finanziario vigilato da Banca d'Italia. Iscritto all'elenco speciale Art. 107 del T.U.B. Fidimpresa Marche come garante dell'impresa socia ne migliora la forza contrattuale (Basilica 2) facendole ottenere finanziamenti a tassi e condizioni più vantaggiose. È aperta ad ogni impresa.

Fidimpresa Marche oggi significa:

- 20.000 soci
- 750 milioni di euro di finanziamenti garantiti
- 35 milioni di euro di patrimonio
- 5.000 operazioni all'anno
- 60 collaboratori nel territorio regionale

In tutte le sedi CNA della Regione

fidimpresa marche
La fiducia nel credito

www.fidimpresamarche.it

PUNTO VENDITA FISSAGGI E UTENSILI PER INDUSTRIA ED EDILIZIA

Divisione edilizia: lattineria coperture metalliche condizionamento coibentazione insegne luminose carpenteria leggera infissi metallici cartongesso
Divisione industria: elettronica elettrodomestici automotive lavorazione lamiera nautica carrozzeria industriale

Rivit Srl
Via Marconi 20
Località Ponte Rizzoli
40064 Ozzano dell'Emilia (BO)
Tel: 051 4171111
Fax: 051 4171129
rivit@rivit.it
www.rivit.it

1973 2013

Usa i nostri fissaggi per resistere con noi

Fasteners & tools

i processi produttivi, la chimica, a migliorare i prodotti.

Non è un caso, insomma, se la crescita dell'export italiano sta esplorando e sempre più esplorerà le nuove geografie dello sviluppo. Quella dei paesi lets (Indonesia, Egitto, Turchia, Sudafrica), realtà dove la popolazione ha un'età media inferiore a 30 anni e nei quali è prevista, nei prossimi anni, una rapida crescita dei consumi interni, le previsioni di crescita dell'export italiano tra il 2014 e il 2016, viaggiano attorno a una media del 10%, così come quella dei Next-7 (Corea del Sud, Egitto, Filippine, Indonesia, Messico, Nigeria, Turchia).

O ancora quella dei Rapid-Growth Market (Arabia Saudita, Argentina, Brasile, Cile, Cina, Corea del Sud, Egitto, Emirati Arabi Uniti, Hong Kong, India, Indonesia, Malesia, Messico, Nigeria, Polonia, Qatar, Repubblica Ceca, Russia, Sudafrica, Thailandia, Turchia e Ucraina), Paesi ricchi di materie prime e con basso costo della manodopera, dove la crescita delle esportazioni italiane è stimata attorno al 9,6%, con un peso sul totale che passerà dal 21,7% nel 2011 al 24% nel 2016.

La stessa Africa subsahariana potrebbe essere in un futuro prossimo un'importante bacino di sviluppo per questo nuovo made in Italy, visto che già ora le importazioni dei Paesi dell'area sono trainate da progetti infrastrutturali e da investimenti nel settore petrolifero, che vedono coinvolte alcune grandi imprese italiane.

"E il lusso, l'alta gamma, la Dolce Vita, il Made in Italy così come lo conosceamo?", direte voi. C'è e ci sarà ancora, ovviamente. Probabilmente

proseguirà lo shopping nel "Supermercato Italia" delle grandi holding euro-asiatiche, degli oligarchi russi e dei fondi sovrani degli Emirati e più di qualche pezzo per strada lo perderemo ancora. Industrializzazione, infrastrutturazione e crescita nei paesi emergenti, tuttavia, portano nuovo benessere.

E il nuovo benessere porta con sé nuovi ricchi e nuovi borghesi urbani. Ossia, in altre parole, gli acquirenti perfetti per il nostro abbigliamento, i nostri arredi, la nostra enogastronomia, le nostre automobili.

Il nuovo made in Italy, in altre parole, potrebbe finir pure per trainare quello vecchio. Se nei prossimi anni vinceremo un Oscar per il miglior film, insomma, lo dovremo anche al lavoro dei nostri scenografi, costumisti e montatori.

Chissà se dal palco del Kodak Theatre qualcuno si ricorderà di loro e li ringrazierà.

A TRAINARE LE NOSTRE ESPORTAZIONI SARANNO SOPRATTUTTO ATTIVITA' ESTRATTIVE, PRODUZIONE DI GOMMA E PLASTICA, MECCANICA STRUMENTALE E APPARECCHIATURE ELETTRICHE

* Pubblicato su gentile concessione di Linkedia.it

Esportazioni italiane di beni per gruppi di Paesi

	Peso sul totale mondo in % (2011)	Peso sul totale mondo in % (2016)	2011	2012	2013	2014-2016
			Var. %			
lets	3,9	4,4	14,0	8,7	11,7	10,0
Next-7	5,0	5,7	15,9	8,6	11,5	9,9
Brics	7,8	9,1	17,8	9,7	12,3	10,6
Rapid-Growth Market	21,7	24,0	17,2	8,1	10,7	9,6
Mondo			11,4	5,1	7,2	8,1

Fonte: SACE SRV

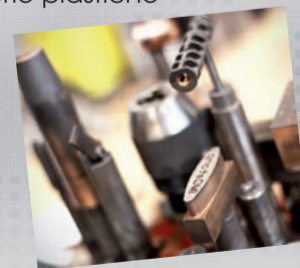
I.M.Q. STAMP

La nostra azienda si occupa di progettazione e costruzione di stampi di piccola e media dimensione per materie plastiche e gomma.



Servizi e prodotti:

- Costruzione stampi per materie plastiche
- Progettazione stampi
- Officine meccaniche
- Stampi
- Lavorazione a tuffo
- Riparazione
- Manutenzione
- Prototipazione
- Progettazione di stampi con tecnologia cad-cam.



I.M.Q. STAMP - V. MASI, 2/A - 40011 ANZOLA DELL'EMILIA (BO)

Tel: 051 736589 | Fax: 051 0470662 | E-mail: imq.stamp@imqstamp.it | www.imqstamp.it

BILANCIO 2012

IO L'IMPRESA.
 PERSONE RETI CAPITALI

 Giugno
 06.2013

Bilancio al 31/12/2012

 Bilancio in forma abbreviata, art. 2435 bis C.C.
 Gli importi presenti sono espressi in Euro

EDITORIALE ARTIGIANATO E P.I.
EMILIA ROMAGNA SRL
SOCIO UNIPERSONALE

 Sede in Via Rimini, 7
 40128 Bologna (BO) Capitale
 sociale Euro 10.400,00 i.v.
 P.IVA, C.F. e Reg. Imprese di
 Bologna n° 02094650377 Rea di
 Bologna n° 252674

Stato patrimoniale attivo		31/12/2012	31/12/2011	Conto economico		31/12/2012	31/12/2011
A)	Crediti verso soci per versamenti ancora dovuti (di cui già richiamati)			A)	Valore della produzione		
B)	Immobilizzazioni			1)	Ricavi delle vendite e delle prestazioni	593.518	549.514
	I. Immateriali	9.427	8.110	2)	Variazione delle rimanenze di prodotti in lavorazione, semilavorati e finiti		
	- (Ammortamenti)	8.549	8.110	3)	Variazioni dei lavori in corso su ordinazione		
	- (Svalutazioni)			4)	Incrementi di immobilizzazioni per lavori interni		
	II. Materiali	16.204	15.094	5)	Altri ricavi e proventi:	6.030	
	- (Ammortamenti)	14.324	13.625				
	- (Svalutazioni)				Totale valore della produzione	599.548	549.514
	III. Finanziarie		1.469	B)	Costi della produzione		
	- (Svalutazioni)			6)	Per materie prime, sussid., di consumo e di merci		263
	Totale Immobilizzazioni	2.758	1.469	7)	Per servizi	584.692	511.331
C)	Attivo circolante			8)	Per godimento di beni di terzi	3.327	7.260
	I. Rimanenze			9)	Per il personale		
	II. Crediti	193.358	150.825	a)	Salari e stipendi		
	- entro 12 mesi			b)	Oneri sociali		
	- oltre 12 mesi			c)	Trattamento di fine rapporto		
	III. Attività finanziarie che non costituiscono immobilizzazioni	193.358	150.825	d)	Trattamento di quiescenza e simili		
	IV. Disponibilità liquide	46.106	68.951	e)	Altri costi		28.704
	Totale attivo circolante	239.464	219.776	10)	Ammortamenti e svalutazioni		28.704
D)	Ratei e risconti	5.389	5.952	a)	Ammort. delle immob. imm.	439	762
	Totale attivo	247.611	227.197	b)	Ammort. delle immob. materiali	699	588
				c)	Altre svalutazioni delle immobilizzazioni		
				d)	Svalut. dei crediti compresi nell'attivo circolante e delle disponibilità liquide	995	327
				11)	Variazioni delle rimanenze di materie prime, sussidiarie, di consumo e merci	2.133	1.677
				12)	Accantonamento per rischi		
				13)	Altri accantonamenti		
				14)	Oneri diversi di gestione	4.141	4.078
					Totale costi della produzione	594.293	553.313
					Differenza tra valore e costi di produzione (A-B)	5.255	(3.799)
				C)	Proventi e oneri finanziari		
				15)	Proventi da partecipazioni:		
				16)	Altri proventi finanziari:		
				a)	da crediti iscritti nelle immobilizzazioni		
				b)	da titoli iscritti nelle immobilizzazioni		
				c)	da titoli iscritti nell'attivo circolante		
				d)	proventi diversi dai precedenti:		
				- da imprese controllate			
				- da imprese collegate			
				- da controllanti			
				- altri	2.293		3.494
						2.293	3.494
						2.293	3.494
				17)	Interessi e altri oneri finanziari:		
				- da imprese controllate			
				- da imprese collegate			
				- da controllanti			
				- altri			
				17-bis)	utili e perdite su cambi		
					Totale proventi e oneri finanziari	2.293	3.494
				D)	Rettifiche di valore di attività finanziarie		
				18)	Rivalutazioni:		
				19)	Svalutazioni:		
					Totale rettifiche di valore di attività finanziarie		
				E)	Proventi e oneri straordinari		
				20)	Proventi:		
				- plusvalenze da alienazioni			
				- varie	16		2.977
				- differenza da arrotondamento all'unità di Euro			2
						16	2.979
				21)	Oneri		
				- minusvalenze da alienazioni			
				- imposte esercizi precedenti			
				- varie	28		
				- differenza da arrotondamento all'unità di Euro	1		
						29	
					Totale delle partite straordinarie	(13)	2.979
					Risultato prima delle imposte (A-B±C±D±E)	7.535	2.674
				22)	Imposte sul reddito dell'esercizio, correnti, differite e anticipate		
				a)	Imposte correnti	2.495	1.253
				b)	Imposte differite		
				c)	Imposte anticipate		
				d)	Proventi (oneri) da adesione al regime di consolidato fiscale/trasparenza fiscale		
						2.495	1.253
					23) Utile (Perdita) dell'esercizio	5.040	1.421



**banca popolare
di spoleto spa**

Fai crescere la tua azienda

con **Impresa Facile** e **Flex** ideati per agevolare
e facilitare **artigiani, liberi professionisti e piccole imprese.**



Le condizioni contrattuali
sono rilevabili attraverso
i "Fogli Informativi"
a disposizione
presso tutti gli Sportelli
della **Banca Popolare
di Spoleto S.p.A.**
e sul sito
www.bpspoleto.it

Per maggiori informazioni
rivolgiti presso le **filiali**
della **Banca Popolare di
Spoleto S.p.A.**

Offerta valida fino al
01/12/2013



● **Impresa facile**

Molto più di un Conto Corrente!

Una soluzione integrata per esigenze di servizio e finanziamento.



● **Flex**

Prestito con piano di rimborso flessibile!

www.bpspoleto.it

Messaggio pubblicitario con finalità promozionale

Offerta riservata ai **nuovi correntisti**