

RASSEGNA STAMPA

8 maggio 2008



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

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

Gli autonomi preferiscono telematica e cultura

**CENTRO
NORD 8/5**
Simona Storchi
BOLOGNA

In Emilia-Romagna le nuove professioni autonome ruotano attorno al settore dell'informatica, della telematica, della cultura (arte e spettacolo). I lavoratori parasubordinati iscritti al Fondo di gestione separata dell'Inps sono per lo più consulenti che svolgono la professione da circa 5 anni, guadagnano attorno ai 2mila euro al mese e lavorano in media oltre 40 ore la settimana. È questa la fotografia dei lavoratori emiliano-romagnoli "in proprio" di nuova generazione scattata dall'Istituto di ricerche Freni per Cna. Figure professionali con o senza partita Iva, spesso nate dal passaggio da lavoratore atipico a lavoratore autonomo, senza un albo o un ordine di riferimento. Soggetti pluricommittenti, relativamente giovani (tra i 31 e 40 anni e comunque sotto i 50 anni), ad alta scolarizzazione (il 35,5% è laureato).

Tra le professioni più diffuse ci sono i consulenti informatici (web, nuove tecnologie), le professionalità legate al mondo della cultura e dello spettacolo (registi, fonici, sceneggiatori, scrittori), ma anche i temporary manager, i consulenti finanziari, di bilancio e di controllo, i ricercatori di marketing. Accanto alle professionalità emergenti ci sono architetti, ingegneri, geometri che svolgono attività di consulenza e/o di perizia al di fuori dell'iscrizione all'albo professionale. Ancora in auge, infine, le attività di tipo "tradizionale", come fisioterapisti, massaggiatori, professori a contratto, traduttori, intervistatori.

In Emilia-Romagna gli iscritti alla gestione separata dell'Inps sono circa 28omila, in calo rispetto al 2005 di circa l'11 per cento. «Dopo una fase di crescita esponenziale degli iscritti al fondo tra il 1996 e il 2005, anni in cui il mercato era alla ricerca di flessibilità e dopo l'introduzione della riforma Biagi - spiega Elisa Muratori, responsabile Cna In Proprio dell'Emilia-Romagna - oggi si assiste a un calo legato a irrigidimenti burocratici a carico dei lavoratori con partita Iva che li hanno portati a scegliere forme di impresa individuale».

L'identikit

Il profilo del lavoratore autonomo in Emilia-Romagna

Età	31-40
Scolarizzazione	Laureato
Da quanto lavora	< 5 anni
Committenti	Fino a 10
Guadagno	>2000 euro
Ore lavorate	>40 ore
Tipologia	Consulente aziendale

Fonte: Indagine Freni-Cna

IL FARDELLO

In regione calo dell'11% per i titolari di posizione alla gestione separata Inps
Indice puntato sulle rigidità burocratiche

Dalla ricerca emerge che gli autonomi emiliano-romagnoli lavorano mediamente di più rispetto ai colleghi italiani: il 34,2% lavora oltre 40 ore a settimana contro il 23,8% del resto d'Italia. Se poi il 42,6% dei professionisti ha 2-3 committenti, in Emilia-Romagna il 33,6% ne ha oltre 10. Lavorando di più guadagnano anche di più: il 10% incassa oltre 3.500 euro al mese e il 2,6% dichiara di guadagnare oltre 5mila euro. Per il 53% degli intervistati «la vita è cambiata in meglio da quando ha iniziato la propria attività professionale» e l'83% si sente «soddisfatto». Gli aspetti particolarmente critici sono nel 62,5% dei casi i troppi oneri, i contributi e le imposte. «Auspichiamo che il Governo concluda la riforma delle professioni intellettuali - conclude Muratori - per dare una soggettività economica a questa fascia di lavoratori».

In Umbria nasce un consorzio per attrezzare l'area industriale delle Fratte

Riqualificare per vincere

Puntare sulla sinergia tra pubblico e privato

DI ALESSANDRA RADICIONI

Attrezzare l'area industriale più grande dell'Umbria, a Perugia, seguendo una logica di sinergia tra pubblico e privato, ovvero tra il mondo delle imprese, rappresentate dalle associazioni di categoria e le istituzioni. Questo lo scopo del consorzio Le Fratte, che associa attualmente 70 imprese di Cna, Confartigianato, Confindustria, Confapi, Concommercio e Confesercenti, poco più del 10% del totale delle aziende presenti in quest'area industriale (600 imprese, secondo i dati camerali). «Segnaletica, aree attrezzate, servizi vari come per esempio mense e asili nido, verde pubblico, pista ciclabile e cablaggio completo dell'area», dichiara il presidente del consorzio Giancarlo Baldassarri, «sono i punti sui quali intendiamo lavorare per rendere l'area sempre più qualificata, innovativa e sufficientemente adeguata per consentire alle imprese e agli addetti di essere all'altezza della competizione tra sistemi territoriali». Anche per tale ragione, tra gli obiettivi del consorzio c'è la riqualificazione dell'intero sistema viario, sia di accesso sia interno, della fognatura e dei rifiuti e la sistemazione dell'arredo urbano (marciapiedi, segnaletica, illuminazione). «Grazie al contributo di alcuni enti pubblici, in primis regione e comune di Perugia», prosegue Baldassarri, «si è provveduto alla sistemazione di via Soriano e via Penna, caratterizzate da nuovi marciapiedi, verde e punti luce, nonché dal rifacimento di alcuni tratti del fondo stradale. Ora stiamo mettendo a punto anche le opere per la regimazione delle acque di via Migliorati. In tal senso», aggiunge, «è stato fatto un grande lavoro di ricognizione e di riprogettazione



Al via un consorzio per riqualificare l'area industriale delle Fratte a Perugia

ne della zona, frutto di numerosi sopralluoghi e incontri con le aziende e i privati. Siamo riusciti a coinvolgere la maggioranza dei soggetti interessati, che avranno da parte del comune di Perugia e dalla Cciaa un'agevolazione finanziaria quale abbattimento delle spese da sostenere». Il consorzio sta inoltre lavorando su una nuova governance che permetta di associare anche privati e/o famiglie che hanno interesse affinché si facciano alcune opere infrastrutturali in quest'area. Altro obiettivo, la questione sicurezza. Il consorzio si propone infatti di essere un catalizzatore delle necessità dell'area industriale che rappresenta, in grado perciò di esprimere una maggior forza contrattuale e di rappresentanza delle istanze di tutti gli operatori locali. «L'esigenza di sicurezza è in crescita e il fattore su cui è prioritario intervenire riguarda la prevenzione», continua Baldassarri. «Stiamo valutando, in accordo con il comune di Perugia, la possibilità di promuovere tut-

te le azioni necessarie per dare tranquillità agli operatori di questa zona, mediante attività finalizzate all'innalzamento degli standard di sicurezza, utilizzando tecnologie moderne per l'informa-

zione e la trasmissione dei dati. L'impianto di videosorveglianza, per esempio, potrebbe essere finalizzato a migliorare l'efficienza e l'efficacia degli interventi della forza pubblica, ad assicurare una maggiore sicurezza ai cittadini, a tutelare il patrimonio e a controllare aree ben determinate. «Siamo consapevoli», insiste Baldassarri, «che i problemi sono tanti e comprendiamo lo sfogo degli imprenditori e dei cittadini che vivono in questo territorio. Da parte nostra cercheremo di pubblicizzare maggiormente il nostro lavoro così che più soggetti possibili entrino a far parte di questo consorzio, con l'auspicio che possano darci una mano per affrontare problematiche ormai note e non ancora risolte e garantire fruibilità, sicurezza e controllo del territorio».

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

Artigianato artistico protagonista a Fontanellato

Un'area di 400 mq per ospitare prodotti di artigianato artistico di alta qualità all'interno della Rocca Sanvitale di Fontanellato, in provincia di Parma. Protagonisti della nuova mostra mercato «ArtinRocca», in programma sabato 24 e domenica 25 maggio, oltre 50 espositori. La due giorni dell'artigianato artistico è organizzata dal comune di Fontanellato insieme alla Cna di Parma. «I visitatori», spiega il direttore provinciale dell'associazione, Domenico Capitelli, «potranno seguire un ricco percorso d'arte attraverso oltre 700 creazioni: alla mostra-mercato si potrà acquistare un violino o chiedere un consiglio su come restaurare il proprio violoncello; trovare idee originali per decorare oggetti e stoffe; affidarsi a professionisti capaci per restaurare antichi libri». Settori diversi, accomunati dall'eccellenza, tutta italiana, di prodotti di qualità artistica che richiamano la tradizione degli antichi mestieri: ceramisti, liutai, cartai, vetrai, fabbri, decoratori di tela, artisti del découpage, raffinati cioccolatieri, intagliatori, intarsiatori, esperti in marmorizzazioni, antichizzazioni, craquelé, decorazioni di mobili antichi e moderni.

Ztl Roma, appello Cna

La Cna di Roma chiede un intervento urgente del sindaco Alemanno per rispondere alla questione accesso nella zona a traffico limitato. «È troppo oneroso per un piccolo imprenditore, in particolare per tutte quelle attività che prestano servizi di pronto intervento, accedere in centro con l'attuale costo dei permessi», così il direttore della Cna di Roma Lorenzo Tagliavanti. «Si pensi a tutte le attività di impiantistica, termoidraulica, manutenzione ascensori e altro ancora che ogni giorno servono centinaia dei propri clienti residenti nella Ztl», spiega. «In generale, per un imprenditore che deve entrare in centro per motivi di lavoro, l'attuale costo del permesso risulta penalizzante e diventa una ulteriore tassa a carico delle imprese che operano all'interno della Ztl». Secondo la Cna bisogna tornare al costo precedente di 32,70 euro e includere in questa cifra la sosta gratuita sulle strisce blu nel centro storico. «È infatti incomprensibile che chi presta servizi di questo genere debba essere gravato di tali oneri, sopportabili solo dalle imprese di medie e grandi dimensioni che sono in grado di ammortizzarli disponendo di un considerevole bacino di clientela», precisa il direttore della Cna di Roma. «Per questo motivo», conclude Tagliavanti, «la Cna di Roma chiede un intervento del sindaco che dia risposte concrete e ponga rimedio a una situazione gravosa per le imprese. È importante infatti continuare a garantire servizi e merci in un'area, quella del centro storico, dove operano 17 mila imprese e risiedono 120 mila abitanti».

Il quadro fornito dai dati dell'Istat su diversi aspetti del paese: resta divario notevole Nord-Sud

Pil, l'Italia procede a due velocità

Inflazione in ripresa nel 2008. Poche le donne occupate

Il divario tra il Nord e il Sud d'Italia non accenna a colmarsi: dal 2000 in poi la distanza che separa le regioni meridionali da quelle centro-settentrionali è rimasta invariata. Se, nel 2000, la differenza tra il pil pro capite tra le regioni del Centro-Nord e quelle del Sud era di 10.856 euro l'anno, nel 2006 era di 10.612 euro. In sei anni, dunque, le distanze si sono accorciate di appena 2,25 punti percentuali. È solo uno degli aspetti messi in luce dall'Istat, che ha diffuso ieri la prima edizione di «100 statistiche per il paese. Indicatori per conoscere e valutare», pubblicazione che offre un quadro d'insieme dei diversi aspetti paese nel contesto europeo e analizzando le differenze regionali. Ecco nel dettaglio alcuni tra i principali indicatori economici.

• **MACROECONOMIA.** Nel 2007 il prodotto interno lordo per abitante è cresciuto dell'1,5% rispetto all'anno precedente. Dal 2000 l'Italia sta registrando un tasso di crescita più modesto di quello medio dell'Unione europea. Anche le differenze regionali sono rimaste sensibili. In dettaglio, la composizione della domanda aggregata (ossia consumi e investimenti) si è rivelata in linea con la media europea: circa l'80% delle risorse destinate ai consumi e il 20% agli investimenti. Tuttavia, c'è da sottolineare l'insufficienza della produzione del Mezzogiorno, dove tutte le regioni (a eccezione dell'Abruzzo) sono state costrette a importare beni e servizi per sostenere i consumi e gli investimenti per una quota del pil prossima o superiore ai 20 punti percentuali. La produttività



Resta bassa la percentuale di donne italiane occupate: 46,6%

nazionale per occupato, storicamente simile a quella di Francia e Germania, ha visto il nostro paese perdere terreno nel periodo 2001-2005 nel confronto europeo, con un recupero nel biennio 2006-2007.

A partire dal 1990 l'indice dei prezzi al consumo in Italia è diminuito consistentemente (1,8 nel 2007), allineandosi alla media europea, ma con una forte ripresa dell'inflazione inflattiva nei primi tre mesi del 2008.

• **FINANZA PUBBLICA.** Nel 2007, soprattutto grazie a un forte aumento delle entrate, l'Italia si è collocata al quarto posto tra i paesi dell'Ue per surplus primario, mentre l'incidenza dell'indebitamento netto in un biennio è diminuita dal 4,2 fino all'1,9%

del pil. Nel 2006 l'Italia è il paese con il rapporto debito/pil più elevato (106,8%) tra i 27 membri dell'Ue. Il valore è sceso nel 2007 al 104%.

• **MERCATO DEL LAVORO.** Lo scorso anno in Italia era occupato il 58,7% della popolazione nella fascia di età 15-64 anni. Ma con notevoli differenze di genere: le donne occupate sono state pari al 46,6%, gli uomini il 70,7%. Il tasso di occupazione è cresciuto nel 2007 di 0,3 punti percentuali. Nonostante la tendenza all'incremento i livelli dell'occupazione nazionale restano distanti dai traguardi fissati a Lisbona e ben al di sotto delle medie europee, soprattutto per quanto riguarda la componente femminile. Nel 2007 il tasso di occupazione della

popolazione in età 55-64 anni è stato pari al 33,8%; già nel 2006 l'Italia si collocava tra le ultime posizioni della graduatoria europea. Il nostro paese è, inoltre, tra quelli che presentano il più ampio divario tra il tasso di occupazione di questo segmento specifico di popolazione e quello delle fasce di età centrali. Due anni fa il tasso di attività della popolazione tra i 15 e i 64 anni nell'Unione europea è stato del 70,2%. L'Italia, con il 62,7% e con valori in calo nel 2007 (62,5%), si è classificata quindi al terzultimo posto. Determinanti le disparità di genere (nel 2007 il tasso di attività maschile è stato pari al 74,4%, quello femminile al 50,7%) e quelle territoriali (il valore massimo si è registrato in Emilia Romagna con un tasso del 72,4%, il più basso in Campania con il 49,3%). In Italia il tasso di disoccupazione è diminuito nel corso del decennio 1998-2007 di 5,3 punti percentuali, attestandosi a fine periodo al 6,1%; già nel 2006 era di circa 1 punto percentuale e mezzo inferiore a quello medio dei paesi Ue 27. Invariate o quasi le differenze di genere: tasso di disoccupazione femminile pari al 7,9% a fronte del 4,9% degli uomini; e territoriali (Mezzogiorno 11%). Sempre nel 2007 il tasso di disoccupazione giovanile (15-24 anni) è stato del 20,3% (di circa 14 punti superiore al totale), con differenze di genere rilevanti. Per le donne italiane (23%) il tasso ha superato quello maschile di oltre cinque punti percentuali. Nello stesso anno la disoccupazione di lunga durata (cioè da oltre 12 mesi) ha interessato il 47,4% dei disoccupati nazionali; valori ancora superiori alla media Ue ma

in netto miglioramento rispetto all'anno precedente.

• **STRUTTURE PRODUTTIVE.** Nel 2005 in Italia si contavano oltre 3,8 milioni di imprese dell'industria e dei servizi, circa 65 imprese ogni 1.000 abitanti, valore tra i più elevati d'Europa (dove in media le imprese sono 40 per 1.000 abitanti), a testimonianza soprattutto del prevalere delle imprese di ridotte dimensioni. La dimensione media delle imprese italiane (circa quattro addetti per impresa) è stata superiore nel 2005 soltanto a quella di Portogallo e Grecia. Il tasso di imprenditorialità, calcolato come rapporto tra numero di lavoratori indipendenti e totale dei lavoratori delle imprese, è stato, in Italia e nel 2005, pari al 33%, ben al di sopra della media europea (13%).

• **INFRASTRUTTURE.** Nel 2006 la rete autostradale italiana si sviluppava per quasi 22 km ogni 1.000 km² di superficie territoriale, al di sopra della media europea. Mentre nello stesso anno, la rete ferroviaria per 5,4 km ogni 100 km² di superficie territoriale. Sotto il profilo qualitativo, tuttavia, sono state rilevate carenze: meno del 40% dell'infrastruttura ferroviaria è a binario doppio elettrificato. Nel 2005 l'Italia si è classificata al secondo posto in Europa per trasporto di passeggeri via mare, dopo la Grecia. Se si considera invece il volume complessivo dei container trasportati, l'Italia, con il 10,8% del totale, occupava la quinta posizione, dopo Germania, Spagna, Paesi Bassi e Gran Bretagna. L'hub italiano più importante è quello di Gioia Tauro in Calabria.

Il neo-eletto deputato del Pdl promette: il governo passerà dalle promesse elettorali ai fatti

Leo, ridaremo fiato all'economia

Detassazione per gli incrementi di reddito di artigiani e pmi

DI LIVIA PANDOLFI

Passare dal programma elettorale ai fatti. Questo il compito del nuovo governo che il neo presidente del consiglio incaricato Silvio Berlusconi si appresta a presentare a Giorgio Napolitano. Ma è anche l'auspicio di Maurizio Leo, eletto alla camera per il Popolo della libertà tra i candidati di Alleanza nazionale. «Dobbiamo attuare ciò che abbiamo promesso agli italiani», spiega, «e ridare fiato a un'economia oggi troppo in affanno».

Domanda. Il nuovo governo è quasi fatto. Il Popolo della libertà in campagna elettorale aveva parlato di un paese in ginocchio. Da domani qual è la mission del nuovo esecutivo?

Risposta. Dobbiamo rispondere concretamente ai problemi che abbiamo sollevato in campagna elettorale e mettere in pratica il nostro programma. Ciò che ci vuole adesso è una squadra di ministri di alto profilo e poi iniziare a lavorare subito per centrare gli obiettivi.

D. Al centro delle preoccupazioni di cittadini e imprese c'è la situazione economica in cui versa il paese. La crescita è vicina allo zero e la congiuntura internazionale non è delle migliori. Che cosa farete subito per dare un segnale positivo?

R. Dobbiamo cercare di stimolare la crescita usando la leva fiscale e operando subito con la detassazione degli straordinari o dei premi aziendali. Successivamente è possibile detassare gli incrementi di reddito per i lavoratori autonomi e le imprese incentivando in questo modo la produttività. L'idea comunque è quella di mettere in campo immediatamente misure pro-sviluppo e pro-crescita.

D. Artigiani e piccoli imprenditori, ma anche i cittadini, chiedono interventi urgenti di semplificazione. Si tratta, tra l'altro, di provvedimenti

a costo zero. Ci state pensando?

R. Assolutamente sì. Si tratta di cambiare completamente segno rispetto a quanto fatto finora e liberare queste categorie da pesantesse che, da una parte, ne rallentano l'attività, dall'altra in termini fiscali hanno avuto sapore inquisitorio. Dobbiamo ricostruire un clima di fiducia tra stato e cittadini che, soprattutto per i lavoratori autonomi, è venuto meno.

D. Abbiamo anche sulla schiena il problema dell'esorbitante debito pubblico. L'Italia, per fortuna, ha appena incassato la chiusura della procedura di infrazione sui conti attivata dall'Ue nel 2006. È un merito del ministro dell'economia e finanze Padoa-Schioppa o no?

R. Che l'Unione europea abbia disattivato la procedura ci rende senza dubbio felici. Però, diciamo: si è intervenuti sui conti con un potente aumento del carico fiscale. Un carico che hanno pagato moltissimo le piccole imprese con l'inasprimento degli studi di settore operato sin dalla Finanziaria 2007. C'è stata, inoltre, tutta una serie di operazioni che hanno ulteriormente caricato di oneri fiscali gli autonomi, penso all'indeducibilità dei mezzi aziendali, tanto per fare un esempio. Per contro le banche, con la riforma dell'Ires, hanno guadagnato bene.

D. L'Italia da 15 anni perde posizione in tutte le classifiche di competitività. Abbiamo perso produttività, quote di mercato a livello internazionale, siamo cresciuti meno dei nostri competitori. Che cosa è mancato in questi anni?

R. Non abbiamo stabilizzato



Maurizio Leo

la crescita. Quando nel 2006 si è insediato il governo Prodi il ciclo economico era positivo e sarebbe stato il caso di consolidare il trend anche per il futuro. E invece si è preferito tenere sotto controllo i conti con il solo inasprimento fiscale, agendo quindi dal lato delle entrate. Le spese invece non sono state ridotte, il che avrebbe tra l'altro liberato risorse per fare investimenti ed evitare oggi un pil allo zero virgola.

D. Per rimettere in moto il paese, però, servono scelte coraggiose. Puntare sul merito, rendere efficiente la p.a., tagliare appunto la spesa pubblica improduttiva e liberalizzare. Occorrono, insomma, interventi dolorosi e impopolari. Gli italiani sono pronti a capire?

R. E perché no? Togliere i vantaggi alla p.a. e le sue inefficienze, le lungaggini, le improduttività non può che far piacere alla gente.

D. Cambiare passo, però, vuol dire cambiare mentalità. Lasciare a casa i provinciali-

Modena, 2007 in chiaroscuro per il tessile-abbigliamento

DI ERMES FERRARI

Modena, andamento 2007 del tessile-abbigliamento in chiaroscuro. È quanto risulta dall'analisi di Cna Federmoda provinciale che ha analizzato i dati relativi all'andamento del settore, dati attinti dalla camera di commercio e da analisi condotte sulle centinaia di imprese associate a Cna. Nel 2007, infatti, si è assistito a una prima parte dell'anno che ha confermato le tendenze di crescita palesate nell'anno precedente. Da giugno in poi, invece, si è manifestato un rallentamento, peraltro atteso, aggravato dalla rivalutazione dell'euro e da una generale frenata della domanda. Lo scorso anno si è chiuso così con un aumento, anche se con percentuali basse, dei valori di produzione e fatturato. Crescono anche gli ordini interni, mentre su quelli esteri la crescita si è manifestata solamente nel segmento dell'abbigliamento. In linea generale, le difficoltà incontrate dalle aziende modenesi traggono origine in particolare dalla situazione contingente a livello macroeconomico, che premia le imprese che negli ultimi anni hanno saputo rigenerarsi posizionandosi su una fascia di prodotto medio-alta, espressione della qualità made in Italy, apprezzata e richiesta anche all'estero. «Da questi risultati», commenta Vanni Po, presidente di Cna Federmoda di Modena, «emerge la grande incertezza per l'anno in corso. Infatti, i primi mesi del 2008 hanno evidenziato un allungamento dei tempi legati alla produzione. Solo in aprile si è cominciato a lavorare partendo dalle tessiture, un ritardo che sicuramente non consentirà di colmare la mancanza di ordini dei primi mesi. L'andamento rimane comunque differenziato tra le diverse tipologie e organizzazioni di impresa e tutto questo ci porta a constatare che per competere in un mercato così complesso come quello della moda occorrono un lavoro comune e un'unità di intenti tra i diversi attori che popolano l'universo di questo settore», conclude.

smi i vantaggi corporativi, gli interessi di parte. Ce la facciamo?

R. Direi che arrivati a questo punto o si cambia testa o si perisce. Di più: o cambiamo marcia o portiamo i libri in tribunale.

D. Che cosa chiedete all'opposizione e che cosa vi aspettate?

R. Se per opposizione si intende il Partito democratico mi aspetto coerenza. E se è vero, come è vero, che su alcuni punti il loro programma è simile al nostro mi aspetto l'appoggio ai nostri provvedimenti su quei temi. In generale auspico

un cambio di atteggiamento rispetto al passato e la chiusura di una stagione di conflitti che non porta da nessuna parte. Infine, ci vuole collaborazione sulle riforme che, come abbiamo detto più volte, vanno fatte insieme.

D. Gli italiani possono essere ottimisti?

R. Devono esserlo. Siamo un paese dalle straordinarie risorse. Dobbiamo rispettare però tre condizioni: un lavoro serio per attuare il programma; una squadra di governo di alto livello; un'opposizione costruttiva. Solo così usciremo dalla crisi e faremo volare l'Italia.

In Emilia Romagna un progetto sperimentale di Urber e Cna innovazione

Benchmarking e bonifiche

Obiettivo: accrescere la competitività del sistema

DI RENATO SASSI

Il benchmarking finalizzato alla riorganizzazione delle attività di bonifica. E quanto messo in atto dall'Unione delle bonifiche dell'Emilia Romagna e Cna innovazione. Si tratta di un progetto sperimentale iniziato nel 2006 che si propone di accrescere la competitività del sistema di bonifica in Emilia-Romagna, misurandone, valutandone e controllandone i risultati delle azioni di bonifica. «Questa ricerca è una sfida importante», spiega Fabio Giovannini, presidente di Cna innovazione, il centro della rete dell'alta tecnologia della regione Emilia Romagna specializzato nelle attività di innovazione organizzativa. «quasi una scommessa per Cna innovazione, che è solita confrontarsi con aziende e imprese: studiare una realtà come i consorzi di bonifica non è solo aggiungere una preziosa referenza alla lista dei nostri clienti ma anche il modo del sistema Cna di fornire il proprio contributo a un sistema importantissimo che deve essere innovato e migliorato, nonché il primo passo per candidarci a collaborare con altri enti sia pubblici che privati». Per Elisabetta Belli, direttore di Urber, l'unione regionale delle bonifiche dell'Emilia Romagna, «il progetto è una vera e propria lente di ingrandimento sulla quantità e la qualità delle prestazioni, il processo di gestione attraverso cui le performance vengono prodotte, ma anche il diverso stato del territorio su cui si sviluppa l'azione di bonifica». Si misura infatti anche la pressione esterna, che ha un'influenza determinante sulla bonifica e che crea differenti complessità di azione: l'urbanizzazione del territorio, la sussidenza, la soggiacenza rispetto al livello del mare, la disponibilità della risorsa idrica ecc. Misurare e confrontare



Fabio Giovannini

le performance dei quindici consorzi che compongono il sistema di bonifica pone sfide non indifferenti, soprattutto dal punto di vista metodologico. Si tratta, infatti, di cogliere appieno la loro natura pubblico/privata e dunque di associare le tecniche industriali in uso, con gli aspetti squisitamente pubblicitari legati alle funzioni istituzionali: significa, in pratica, valutare un ente pubblico che opera con logiche aziendali, in assenza di mercato. A realizzare il progetto è stata chiamata Cna innovazione, uno dei 57 nodi della rete dell'alta tecnologia della regio-

ne Emilia Romagna, specializzato nell'attività di innovazione organizzativa. «Il benchmarking», precisa Carlo Pignattai, direttore di Cna innovazione, «è la tecnica del controllo delle performance e della valorizzazione delle buone prassi: una metodologia che in percorsi di accorpamento o riorganizzazione riesce a unire i vantaggi di semplificazione gestionale alla messa a sistema delle buone prassi dell'organizzazione». In pratica si entra nel merito di ciascuna attività dell'azienda coinvolta e si effettua una minuziosa analisi che le traduce in indicatori di performan-

ce e in driver di prestazione. Nel caso specifico di Urber, in questa prima fase l'analisi si è rivolta al processo di bonifica e irrigazione; ciascuna area viene poi analizzata secondo i criteri dell'efficienza. L'efficace metodo proposto da Cna innovazione, frutto dell'esperienza accumulata sia sul versante delle imprese che su quello associativo, ha consentito l'applicazione di idonee tecniche già utilmente sperimentate che stanno già dando eccellenti risultati. Ma il progetto vuole andare oltre, come sottolinea Elisabetta Belli: «Il processo di autovalutazione e di confronto comparativo innescato dal progetto di benchmarking va infatti al di là della diagnosi organizzativa, che auspichiamo possa essere ultimata in autunno. Superata l'antica strategia di rafforzarsi come unità indipendenti, i consorzi di bonifica puntano piuttosto a creare e incrementare sinergie di sistema e con l'ambiente esterno», aggiunge. «I primi esiti del progetto di benchmarking offrono alle amministrazioni consorzi strumenti di valutazione preventiva, basati su dati oggettivi, per intraprendere nuove scelte organizzative e gestionali». L'obiettivo finale del progetto è ambizioso: valorizzare il know how di eccellenza di ciascun consorzio e metterlo in rete, liberando risorse da indirizzare alle attività strategiche che richiedono sempre maggiori investimenti, «ma anche», conclude il direttore dell'Urber, «quello di integrare procedure, metodi, strumenti e tecnologie, unificare le attività svolte in maniera ridondata, per perseguire la riduzione dei costi complessivi di gestione garantendo, al contempo, l'efficacia, la qualità e la continuità dei processi». Tutto questo in una logica precisa: migliorare funzionalità, conti ed efficacia operativa dei servizi delle bonifiche regionali.

Prato, aiuto per l'export

DI ALESSANDRA PERSANTINI

L'artigianato di qualità sente sempre più l'esigenza di trovare nuovi spazi di mercato per l'export del made in Italy. La difficoltà è su quale paese orientarsi; come conoscere e accedere ai finanziamenti disponibili; come ottenere un aiuto professionale e personalizzato sul fronte commerciale; ovvero ancora come trovare partner disponibili a siglare accordi produttivi e organizzativi. Da oggi, una risposta certa e un sostegno concreto a queste domande viene da «A misura di business», il nuovo pacchetto di servizi integrati sviluppato dalla Cna di Prato grazie al Progetto artigiani di Italia lavoro e al sostegno della camera di commercio della città. Il nuovo strumento è stato presentato ieri dal presidente Cna di Prato, Anselmo Potenza, dal presidente dell'Unione artigiano artistico con delega alla promozione Mario Bongini e dal referente Cna alla promozione, Giacomo Morelli. Come sottolineato da Potenza e Bongini, «il nuovo servizio vuole essere uno strumento efficace e idoneo per sostenere le imprese artigiane e le pmi del territorio nella loro attività di promozione sia in Italia che all'estero. Per questo abbiamo sviluppato uno strumento utile alla promozione delle imprese artigiane del made in Italy e alla ricerca di nuovi mercati, sforzandoci di renderlo fruibile anche dalle aziende più piccole che proprio ora stanno iniziando ad aprirsi verso nuovi mercati, come quelli internazionali», hanno aggiunto.

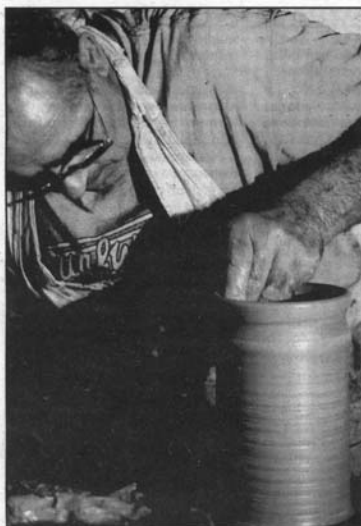
L'accordo riguarda 3 mila imprese artigiane. Previsto un aumento medio a regime di 101,89 €

Ceramica, intesa sul contratto

La Cna: settore in grave crisi, servono interventi urgenti

DI AGNESE TOMMASI

Raggiunta l'intesa per il rinnovo del contratto del settore ceramica. L'accordo, sottoscritto da Cna, Confartigianato, Casartigiani e Clai e dai sindacati di categoria (Filcem-Cgil, Femca-Cisl, Uilcem-Uil), prevede un aumento medio mensile a regime di 101,89 euro da corrispondersi in due tranches a maggio e dicembre. Il contratto, che riguarda circa 3 mila imprese artigiane, prevede un meccanismo dell'apprendistato basato sulla progressione retributiva con percentuali che vanno dal 70 al 100% e con durata, a seconda dei gruppi, da tre a cinque anni. Sulla formazione continua dei lavoratori le parti hanno convenuto sulla necessità di dotare le imprese e i lavoratori di un maggiore accesso al tema attraverso un investimento congiunto, in termini di ore disponibili, sia delle imprese che dei lavoratori. Sul mercato del lavoro, invece, è stata concordata una normativa che permette il pieno utilizzo del part-time e del contratto a termine. Sulla durata massima dell'orario di lavoro, ancora, viene stabilito un tetto di 48 ore medie settimanali riferite a un periodo di sei mesi compresi gli straordinari. La contrattazione collettiva regionale potrà però elevare tale limite da sei a 12 mesi. È stata prevista, inoltre, la possibilità di realizzare l'orario di lavoro su base multiperiodale con riferimento a un arco temporale non superiore a dodici mesi. Le modalità di attuazione dovranno essere tuttavia concordate dalla contrattazione collettiva re-



Il comparto della ceramica sta attraversando un periodo di grave crisi

gionale. In merito agli aspetti economici sono stati concordati incrementi retributivi a regime pari a 101,89 euro per il livello di addensamento (E). Gli aumenti avranno decorrenza dal 1° maggio 2008 e 1° dicembre 2008. L'una tantum convenuta, a totale copertura del periodo scoperto di 40 mensilità, è di 390 euro da corrispondere nel mese di giugno 2008 e nel mese di luglio 2009. «Si tratta di un contratto a cui la Cna teneva particolarmente», commenta Stefano Di Niola, responsabile della contrattualistica della Cna,

«questo settore, infatti, ha un valore molto importante nell'artigianato data la sua valenza artistica. Purtroppo», aggiunge Di Niola, «il comparto sta attraversando un periodo di grande sofferenza che negli ultimi anni ha portato alla chiusura di un grande numero di aziende». Un problema, questo, su cui pone l'accento anche Maurizio Troiani, responsabile nazionale di Cna artistico e tradizionale: «Per raggiungere l'intesa è stato fatto da parte delle imprese uno sforzo di non poco conto», spiega. «Il contratto», aggiunge, «andava rinnovato perché scaduto da tempo, ma la crisi che attraversa il settore non può essere definita nera». È proprio per discutere i problemi della ceramica, Cna artistico e tradizionale sta organizzando per metà luglio a Firenze una conferenza dedicata al comparto. «L'obiettivo», conclude Troiani, «è quello di individuare interventi urgenti per salvaguardare almeno la produzione di eccellenza, fiore all'occhiello del made in Italy».

Efficienza energetica, convegno a Ediltirreno expo

DI ANDREA BERTI

Si chiamano efficienza energetica e fonti rinnovabili le nuove sfide per il settore delle costruzioni e installazioni impianti. Due concetti, una sola filosofia unita da un comune obiettivo: ridurre la dipendenza energetica dai combustibili di origine fossile e le emissioni di CO₂ nell'ambiente, e garantire a cittadini e imprese la «dipendenza» attraverso l'impiego delle fonti rinnovabili (o alternative). Se da un lato molto si è fatto in questi ultimi due anni per andare verso le energie pulite (solo nel 2007 nel nostro paese sono stati installati circa 50 MegaWatt di impianti fotovoltaici con un incremento del 500% rispetto all'anno precedente) attraverso incentivi a vario livello (regionale, nazionale, comunitario), dall'altro si è sfruttato un valore molto ridotto delle tante opportunità offerte sia alle imprese sia ai cittadini contenute all'interno della Finanziaria 2008 e in alcune norme successive. Opportunità molto spesso poco chiare alle stesse imprese che garantiscono agevolazioni come nel caso della riqualificazione energetica degli edifici industriali e civili (credito d'imposta al 55%), incentivi, bonus e motivazioni. Cna costruzioni e Cna installazioni impianti della Toscana, Massa Carrara e Lucca, grazie al contributo di esperti, ha organizzato un importante momento di approfondimento che si terrà nell'ambito di Ediltirreno Expo, il primo salone dedicato alle imprese operative nel settore delle costruzioni edilizie, venerdì 16 maggio, a partire dalle ore 16, nella sala Marmoteca del complesso fieristico di Carrara Fiere. Il salone si terrà dal 15 al 18 maggio. Al centro del convegno dal titolo «Le opportunità contenute nella Finanziaria e oltre per le imprese dei settori costruzioni e installazione impianti», le agevolazioni fiscali e finanziarie per le imprese e l'analisi delle diverse fonti di energia rinnovabili, come l'energia solare nelle forme del fotovoltaico e del solare termico, eolica e da biomasse, il loro utilizzo e i vantaggi in termini di sostenibilità ed economici. All'evento promosso in collaborazione con la Cassa di risparmio di Lucca Pisa Livorno, sponsor dell'iniziativa, sono invitati a partecipare imprenditori, addetti ai lavori e cittadini.

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

MARKETING

La Cna premia le idee vincenti

Scelte sette aziende innovative

di ERICA FERRARI

C'È CHI confeziona la camicie di Clint Eastwood e di Nelson Mandela, c'è chi fornisce gli impianti di riscaldamento a Armani e alla Ferrari e c'è chi, con originalità e ingegno, ha saputo dare valore aggiunto a prodotti 'semplici' come gli imballaggi di cartone. E' dedicata al marketing di successo la giornata delle imprese eccellenti di Cna: oggi alle 17,30 a Palazzo degli Affari, l'associazione premierà sette aziende che hanno saputo conquistare nuovi mercati e clienti d'élite grazie alla valorizzazione dell'offerta. Ma la giornata dedicata a "I prodotti e i servizi in vetrina: quando il marketing crea valore per l'impresa e il suo cliente" sarà anche l'occasione per lanciare il nuovo servizio di marketing di Cna.

COME SPIEGA il presidente di Cna Bologna Tiziano Girotti, in un mondo sempre più globalizzato «il passaparola non basta più e occorre sapere comunicare con efficacia, suscitare un'emozione nel cliente». Tra le 100 imprese bolognesi analizzate da Cna, una su cinque segnala la necessità di crescere nel marketing

internazionale e addirittura una su tre in quello nazionale. All'interno del campione sono poi state analizzate le migliori 24 aziende: ne emerge un quadro di imprese «efficienti nel presidiare il processo produttivo — dice Marisa Raffa di Cna — e con una redditività maggiore della media nazionale».



Giancarlo Nigelli
(Nigelli Imballaggi)

I punti critici? «La diminuzione del fatturato italiano, compensata dall'aumento di quello estero». La selezione per arrivare a 7 imprese eccellenti ha premiato le strategie di marketing vincenti: il "marketing di filiera" nel caso di La. Co. (meccanica di precisione che ha realizzato un hub industriale a Shanghai insieme alla Ima); il "marketing che crea innovazione" per Linea Blu, azienda di trasporti che ha rinnovato il servizio; il "marketing su misura" per Marol (camicie). E ancora il "marketing che valorizza" è stata l'idea chiave di Nigelli (imballaggi di cartone con soluzioni anche personalizzate). Peron e Peron ha puntato sul "marketing che crea stile" con le scarpe fatte a mano. Tecnoclima (impianti di climatizzazione e riscaldamento), ha vinto grazie al "marketing che ottimizza i processi" mentre Www.fiore.it è un esempio del "marketing che crea emozioni", abbinando l'abbigliamento alla letteratura o ai fumetti.

IMPRESE. Premiate anche quest'anno le eccellenze artigiane

Le magnifiche sette di Cna alla conquista del mondo

Gabriele Orsi

Aziende artigianali che producono camicie e scarpe indossate dai potenti della terra, piccole imprese della meccanica che conquistano nuovi mercati in Cina, imballatori che riescono a valorizzare persino il cartone. Sono solo alcuni esempi delle eccellenze che verranno premiate oggi pomeriggio da Cna Bologna, sette aziende scelte, questa volta, in base alla loro capacità di adottare efficaci strategie di marketing in grado di fare loro acquisire clienti di grande importanza. Sette imprese del territorio bolognese, attive nei settori più disparati, dalla metalmeccanica all'abbigliamento: «Quest'anno - spiega Tiziano Girotti, presidente di Cna Bologna - abbiamo voluto premiare le eccellenze che grazie al marketing hanno saputo sfondare nel mondo, innanzitutto perché desideriamo portare a conoscenza dell'opinione pubblica le storie di queste piccole realtà di successo, in modo che fungano da stimolo agli altri, e poi perché siamo convinti che oggi siano necessarie nuove e più sviluppate strategie di marketing, specie per le piccole imprese. Ormai si da per scontato che l'impresa il suo prodotto lo sappia realizzare, oggi l'importante è metterlo

in mostra e il passaparola non basta più come non basta avere un solo, importante, cliente: quindi è necessario un servizio flessibile e su misura, che garantisca qualità, e in questo la comunicazione è importante». Scelti fra un centinaio di candidati, i magnifici sette di Cna rappresentano, ognuno nel proprio campo, veramente delle eccellenze: La.Co., azienda specializzata nella meccanica di precisione che, assieme ad Ima, ha realizzato un hub industriale a Shanghai. Linea Blu è una società di trasporti che nel tempo ha arricchito la propria offerta di numerosi servizi collaterali dando vita a un network nazionale focalizzato sulla clientela business. Marol produce camicie artigianali su misura vendute nei migliori negozi di Beverly Hills - le preferite da Nelson Mandela, Pierce Brosnan e Clint Eastwood. Nigelli Imballaggi è riuscito a valorizzare, grazie alla sua strategia full service, qualcosa di poverissimo come l'imballo in cartone. Peron & Peron, fondata da Simone Peron, figlio del leggendario Bruno, realizza scarpe artigianali che finiscono ai piedi dei ricchi e potenti in mezzo mondo. Tecnoclima realizza impianti di climatizzazione per clienti di grossa nomea come Armani e Ferrari, garantendo il massimo dell'affidabilità e del-

la puntualità, mentre Www.Fiore. It commercializza i capi del marchio Emmanuel Schvili sfruttando il marketing emozionale, dove il prodotto viene contestualizzato in una serie di eventi spettacolari. «Il mercato odierno - spiega Stefania Zanghieri, responsabile servizi e innovazione di Cna - è saturo di prodotti, perciò non basta più vendere un prodotto buono, bisogna saperlo comunicare. Sempre più spesso le nostre aziende hanno mostrato l'esigenza di un sostegno nel marketing internazionale e anche nazionale, e Cna è pronta a sostenerle». «Queste imprese - aggiunge Marisa Raffa, dello sviluppo progetti Cna - sono tutte caratterizzate da un buon presidio del processo produttivo, hanno una buona redditività, sono generalmente all'avanguardia e puntano molto sul marketing relazionale. Se ne desume che le nostre Pmi non hanno bisogno di grandi uffici marketing, è sufficiente che sfruttino adeguatamente le proprie leve di vantaggio competitivo. E come per gli anni passati gli esempi delle aziende premiate resteranno a disposizione come *case histories* da studiare, perché non vogliamo limitarci a premiare un'azienda, desideriamo anche sollevare questioni che rientrino nelle esigenze di Cna».



IN SENSO ORARIO: MANUELA VIGNIDELLI DI MAROL, ALESSANDRO SCARDOVI DI LINEA BLU, EMMANUEL SCHVILI DI WWW.FIORE.IT E SIMONE PERON DI PERON & PERON

Pmi di successo

Dalla meccanica che sfonda in Cina all'imballatore che valorizza il cartone al camiciario di Mandela e Eastwood