

Il magazine per la Piccola e Media Impresa



api **milano** magazine

PROTAGONISTI

Bonomi: «Milano è la porta globale della modernità»

IMPRESE DAL VIVO

Energia e ambiente, facce di una stessa medaglia

GLOBAL LOCAL

La Tigre continua a ruggire

APIMILANO MAGAZINE

**Anno II - Numero 4
Dicembre 2007**

Periodico trimestrale
a cura di Apimilano
Associazione Piccole e
Medie Imprese di Milano
e provincia

Carlo Sangalli

*Presidente Camera di
Commercio di Milano*

«Diffondiamo tra le imprese
la cultura dell'innovazione»

Poste Italiane Spa - Sped. in Abb. Post. DL 353/2003 (conv. in L. 27.02.2004, n. 46) art. 1, comma 1, DCB Milano

NASCE UNA NUOVA CORRENTE AUTOMOBILISTICA.



efficace nella sicurezza
efficace nelle finiture
efficace nel design
efficace nelle motorizzazioni
efficace nel consumi
efficace nella silenziosità
efficace per l'ambiente
efficace nella tenuta di strada
abitabilità
efficace nel comfort



FINO AL 31/12/07
ESP + FAP[®]
OFFERTI DAI
CONCESSIONARI

NUOVA PEUGEOT 308. NATURE EFFICACE. La berlina che ridefinisce il concetto di efficacia. Efficace nella sicurezza: ESP di serie, fino a 9 airbag, avviso superamento linea di carreggiata, fari bi-xeno direzionali e 5 stelle EuroNCAP. Efficace per l'ambiente con FAP[®] di serie sui Diesel HDi e pneumatici Energy Saver Michelin. Efficace nel design: Cx di 0,29, abitabilità interna ai vertici della categoria e, grazie al tetto Ciel, 4,86 m² di luminosità. Efficace nei motori: 1.6 benzina e 1.6, 2.0 Diesel HDi con FAP[®] di serie.

PEUGEOT. PERCHÉ L'AUTO SIA SEMPRE UN PIACERE.

308



PEUGEOT

PEUGEOT RACCOMANDA TOTAL

Offerta lancio dei Concessionari Peugeot: ESP + FAP[®] pari a 1.000 euro di sconto applicabile anche sulle versioni benzina e per vetture immatricolate entro il 31/12/2007. Le dotazioni sopra citate sono di serie o in opzione secondo le versioni. Consumo carburante l/100 km: urbano da 6 a 9,8; extraurbano da 3,9 a 5,6; combinato da 4,7 a 7,1; emissioni CO₂ g/km da 125 a 167.

FILIALE PEUGEOT MILANO
www.peugeotmilano.com

MILANO - VIA GALLARATE 199 - TEL. 02 307 033 37
MILANO - VIA MECENATE 75/A - TEL. 02 554 03 51
MILANO - VIA DEI MISSAGLIA 89 - TEL. 02 893 46 31
S. S. GIOVANNI - VIA CARDUCCI 299 - TEL. 02 244 41 81

Star Alliance Company Plus

powered by  **Lufthansa**



Star Alliance Company Plus: faccia volare la sua azienda

Star Alliance Company Plus è il programma di fidelizzazione online creato per offrire vantaggiose formule di risparmio alle piccole e medie imprese.

Iscrivendo la sua azienda su www.staralliancecompanyplus.it, per ogni volo effettuato con le **10 compagnie aeree partner** potrà accumulare preziosi punti. Al programma partecipa anche Air One, che permette l'accumulo di punti anche sulle tratte domestiche.

Quali sono i vantaggi?

- Partecipazione gratuita al programma
- 1000 punti bonus all'iscrizione
- Utilizzando una carta di credito aziendale per l'acquisto, i punti accumulati per ogni volo vengono automaticamente registrati sul conto
- Ampia scelta di premi: voli e upgrade gratuiti, accredito in euro del controvalore dei punti accumulati, acquisti dal catalogo Worldshop
- I punti accumulati possono essere utilizzati per viaggi privati o di lavoro

Inoltre, se è già socio del programma per viaggiatori abituali Miles & More, riceverà contemporaneamente l'accredito miglia Miles & More e i punti Company Plus.

Per maggiori informazioni e per la registrazione clicchi www.staralliancecompanyplus.it



STAR ALLIANCE
THE AIRLINE NETWORK FOR EARTH



in Copertina



Carlo Sangalli

*Presidente Camera di
Commercio di Milano*

A 31 anni Carlo Sangalli era già in Parlamento, dove vi è rimasto per 24 anni e svariate legislature, sotto il vessillo dello scudo crociato democristiano. Poi, dal '95, la lunga e solida arrampicata ai vertici delle rappresentanze associative: prima l'Unione del Commercio di Milano, poi la presidenza della Camera di Commercio milanese, quindi la guida nazionale di Unioncamere e infine, dal febbraio 2006, la presidenza nazionale di Confcommercio. Un altro «milanese» a Roma, verrebbe da dire, considerando il medesimo destino che lo ha accomunato al presidente di Apimilano e Confapi Paolo Galassi. Ora che è stato appena riconfermato ai vertici del sistema camerale milanese, Sangalli guarda allo scenario sociale ed economico del grande capoluogo lombardo come al laboratorio dell'Italia che sarà. Non a caso, nel nuovo «governo» della Cciao di Milano siedono tutti i presidenti delle maggiori associazioni datoriali della città, a cominciare dai rappresentanti dell'industria: Bracco di Assolombarda e Galassi di Apimilano. Ciò significa che la giunta camerale avrà sempre più il ruolo di piattaforma creativa degli strumenti e dei progetti per sostenere lo sviluppo della nostra metropoli. Come ha dichiarato nell'intervista che pubblichiamo nelle pagine seguenti, «proprio in quanto città laboratorio, Milano deve saper indicare una propria via dello sviluppo: una via ambrosiana stesa lungo la nostra "cultura del fare"». In questo senso, prosegue Sangalli, «compito della Camera di Commercio non è sostituirsi alle associazioni o al mercato nei servizi alle imprese, ma piuttosto costruire una istituzione moderna e flessibile, partecipata ed autorevole, che intervenga nella logica di sussidiarietà sostenendo la competitività delle imprese nelle attività di «frontiera»: dall'internazionalizzazione al credito, dall'innovazione alla formazione, dalla cultura alla ricerca». E' su questi temi che il presidente Sangalli costruirà i contenuti e le azioni territoriali dell'Agenzia per l'Innovazione, la grande «casa comune» delle idee e delle applicazioni che costituirà il luogo di cerniera tra la Milano che pensa – l'università, i creativi, la comunicazione, il design – e la Milano che produce e sostiene l'industria manifatturiera avanzata. Solo in questo modo, ne è convinto il presidente Sangalli, Milano continuerà a riconoscersi nel ruolo che le è più congegnale: quello di essere il nodo che tiene aggrappata l'Italia alla rete globale.

10



18



Pmi network		Focus	
6	STEELTECH – Partner commerciale cercasi...	22	La rete dei settori industriali
6	UN'ISOLA VERDE – Il volto seducente del cioccolato		
7	NPS – Diffusore benessere: l'oggetto del desiderio che accende i sogni e lo spazio	30	Imprese dal vivo
8	NEW SIRAM - Come conoscere nome e cognome dei nuovi clienti	32	Energia e ambiente facce di una stessa medaglia
8	ORA ELETTRICA – Logic, il sistema rivoluzionario Plug & Play	32	IDP Sistemi:
9	W.M.T. – Energia del futuro a pila combustibile		• <i>telecontrollo e telelettura a basso impatto e costo</i>
9	FOUR – Con Four la comunicazione si fa in quattro	34	VLM:
			• <i>una luce sul futuro</i>
Voci della città		Lex & Code	
10	Gianni degli Antoni: «Alle imprese servono tecnologie cooperative»	36	Antiriciclaggio: la normativa in pillole
Pillole di tendenza		Educational	
11	La stampa in palmo di mano	38	GINCO: un nuovo modello di formazione
11	Dettagli informatici glamour	46	Cultura d'impresa: idee, valori, innovazione
Protagonisti		Global Local	
12	Paolo Galassi: «La globalizzazione passa da Milano attraverso l'industria»	42	La Tigre continua a ruggire
14	Carlo Sangalli: «Una via ambrosiana alla cultura del fare»		
18	Aldo Bonomi: «Milano ai tempi delle moltitudini»	Mondo Api	
Sportello PMI		50	AFFARI GENERALI
20	Moda e innovazione: il presente del futuro	52	SINDACALE
		53	AMBIENTE - SPECIALE CONAI
		54	ESTERO
		55	SICUREZZA
		56	FORMAZIONE
		58	DAI DISTRETTI
		60	DALLE CATEGORIE
		62	PARTNERSHIP



Direttore responsabile:

Daniele Garavaglia
d.garavaglia@apimilano.it

Redazione:

Cristina Nespole
c.nespole@apimilano.it
Tel. 02.67140267
Fax. 02.93650980

Advertising e progetti speciali:

Simone Dattoli
Tel. 02.67140214
Fax 02.93650980
s.dattoli@apimilano.it

Ufficio Studi:

Susanna Migliore
s.migliore@apimilano.it
Tel. 02.67140290
Fax. 02.93650980

Collaboratori:

Miriam Berra
Alessia Casale
Ilaria Cucchi
Aldo Messedaglia
Emanuela Provera
Raffaella Salvetti

Le «firme» di questo numero:

Aldo Bonomi
Gianni Degli Antoni
Marzio Genghini

Photogallery:

Walter Capelli
Andrea Finessi

Progetto grafico e realizzazione:

Creatio
Via Cuttica, 10 - Quargnento (AL)

Ufficio Diffusione:

Servizio Comunicazione Apimilano
Tel. 02.67140267
stampa@apimilano.it

Apimilano – Associazione delle piccole e medie imprese di Milano e Provincia

Proprietario ed editore
Via Vittor Pisani 26, 20124 Milano
Tel. 02.671401 – info@apimilano.it

Presidente

Paolo Galassi

Direttore generale

Stefano Valvason

Stampa:

AB Più di Sorci Rosario
Via De Sancis, 50 - Milano



Registrazione Tribunale
di Milano n. 14 del
16/01/2006
Responsabile del
trattamento dei dati
personali
(D.lgs 196/2003):

Copyright: Apimilano. La riproduzione anche parziale di quanto pubblicato nella rivista è consentita solo dietro autorizzazione dell'Editore. L'Editore non assume alcuna responsabilità per gli articoli firmati

Gli inserzionisti

- ▶ BPM
- ▶ Cisco System
- ▶ Conai
- ▶ Confapi
- ▶ Fratelli Giacomel
- ▶ Lufthansa
- ▶ MPS
- ▶ Neotech
- ▶ Peugeot
- ▶ Prima Card
- ▶ Regione Lombardia - Assessorato all'industria, piccola e media impresa e cooperazione
- ▶ Renault Italia
- ▶ Steffano
- ▶ 2SG

I partner di Apimilano
Profilo dei lettori

Apimilano Magazine si rivolge a imprese, professionisti, istituzioni di governo e del territorio, rappresentanze politiche e sindacali, operatori economici e finanziari, sistema accademico e della ricerca scientifico-tecnologica, mondo dell'informazione.



Partner commerciale cercasi...

Steeltech, azienda specializzata nella progettazione, produzione e installazione di portoni condominiali, prodotti di sicurezza passiva e articoli di carpenteria metallica, ricerca un partner commerciale con partecipazione quote societarie

Il team **Steeltech**, che combina competenza in ingegneria e architettura, è in grado di analizzare qualsiasi problema e sviluppare progetti personalizzati insieme al cliente, suggerendo soluzioni tecniche e creative che non trascurano estetica, costi e funzionalità.

I nostri portoni condominiali sono in grado di rispettare non solo le normative di sicurezza e barriere architettoniche, ma anche l'estetica del condominio, con manufatti eleganti e duraturi nel tempo. Offriamo i più moderni tipi di serrature elettriche, elettroniche o motorizzate; chiavi di alta sicurezza a duplicazione certificata; chiudiporta standard o a scomparsa a potenza variabile; e anche la motorizzazione sia del portone carraio che di quello pedonale tramite telecomando o chiave. Sono realizzati a disegno in diversi materiali che comprendono:

- legno, stile vecchia Milano
- acciaio, verniciato a fuoco con cristalli di sicurezza
- acciaio inox, con cristalli di sicurezza
- alluminio, con cristalli di sicurezza

Accanto alla sezione sicurezza il team Steeltech è specializzato nella realizzazione di prodotti di carpenteria metallica, un servizio «su misura» che prevede lo sviluppo insieme al cliente o all'architetto del cliente di un progetto personalizzato che unisce l'esperienza dell'azienda all'uso di materiali e tecnologie adeguate.

Steeltech è un'azienda professionale e affidabile con supporto tecnico e consulenza progettuale che protegge e arreda la tua casa con un occhio attento al design e le finiture.

Steeltech srl
Via Aladini, 34 • Milano
Tel. 02.3575441
www.steeltech.it

UN'ISOLA VERDE

VAN QUE

Il volto seducente del cioccolato

**“La Cioccolata”
VAN QUE.
Solo ottima
e superba qualità,
nessun trucco**

Un'Isola Verde srl
Via Due Palme, 65
20033 Desio
Tel. 0362.1793974
www.vanque.it

Un'Isola Verde nasce nella prima metà degli anni '90 operando inizialmente come autorevole laboratorio di produzione di estratti da erbe aromatiche. In epoca più recente l'azienda ha riformulato il proprio target commerciale orientandosi più specificamente verso il settore Ho-ReCa di alto livello, al quale si propone con prodotti innovativi inseriti nel contesto di un marketing-mix accurato e moderno. Attualmente l'azienda, gestita con ineffabile passione, diffonde le proprie creazioni attraverso il «marchio di famiglia» **VAN QUE**, oggi più che mai per antonomasia identificato con un concetto di qualità eccelsa. I plus della produzione vertono soprattutto sulle particolari formulazioni, basate sull'utilizzo esclusivo di materie prime naturali ed elaborate in assenza di prodotti di sintesi. Ma non è tutto: giunte a interessare il mercato al punto di stravolgere gli ordini di merito determinati dalle preferenze dei consumatori, vi sono alcune nuove linee tra le quali svetta «**la cioccolata**», pregiata collezione di sei mirabili ricette come «**Rossa VAN QUE**», vera e propria cioccolata da meditazione - splendidamente intarsiata delle eleganti tazze «**azzurro Tania**». Accanto a questa linea, inevitabilmente divenuta emblema e core-business della proposta, **Un'Isola Verde** ne ha affiancate altre di grande prestigio, assolutamente risolutive laddove esista l'esigenza, cruccio esistenziale di ogni locale d'avanguardia, di conciliare rapidità di preparazione, massima qualità e immagine. Un'immagine di classe, naturalmente. L'immagine **VAN QUE**.

NPS

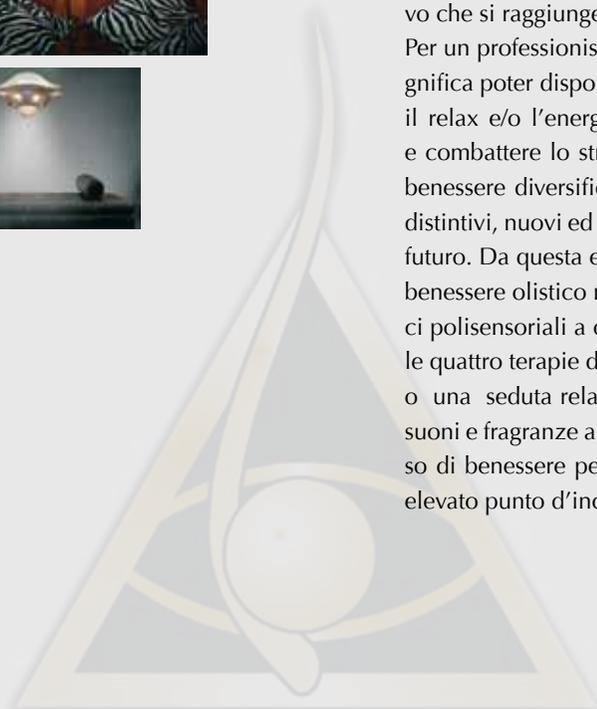
Diffusore Benessere: l'oggetto del desiderio che accende i sensi e lo spazio

NPS srl è una software house e web agency operativa dal 2000 nel campo della realizzazione di sistemi informatici e web orientati per integrare la comunicazione e il commercio sul canale Internet. La mission dell'azienda è stata da sempre rivolta alla innovazione e ricerca e sviluppo sia applicata ai propri servizi/consulenze core, sia soprattutto alla ricerca/realizzazione di nuovi prodotti hi-tech. A seguito di una approfondita analisi commissionataci per individuare i mercati e settori di maggior crescita, abbiamo considerato come benessere, hi-tech, «made in Italy», lusso e tempo libero rappresentino le reali domande di mercato. Da tali considerazioni si è cercato di realizzare un prodotto che potesse rispondere al meglio a tutte le tendenze riscontrate. E' nata così quattro anni fa un'ipotesi di lavoro orientato allo sviluppo di un prodotto per il benessere, che ha preso forma e ha cominciato a indirizzarsi verso forme di sensorialità che coinvolgessero sensazioni ed emozioni diverse. **Il nostro intento è quindi quello di coinvolgere gli associati Apimilano in un progetto trasversale nella fase produttiva, strategica e commerciale, al fine di trasformare un prodotto in modello efficace di collaborazione associativa e che rappresenti un esempio di riferimento per un sistema di eccellenza.**

Il **Diffusore Benessere** è un'applicazione tecnica brevettata (una sorta di punto luce polisensoriale o lampada olistica) programmabile e aggiornabile in grado di erogare fino a quattro diversi programmi di benessere per migliorare il sonno, favorire il relax, aiutare la meditazione e incanalare energia attraverso quattro terapie integrate olisticamente: l'aromaterapia, la musicoterapia e la cromoterapia con cristalloterapia applicata. L'obbiettivo è risvegliare i sensi e stimolare, attraverso le note olfattive, musicali e cromatiche rifratte, i ricordi confinati in quell'inconscio positivo che si raggiunge nella simbiosi con il Diffusore Benessere.

Per un professionista o un imprenditore possedere il diffusore significa poter disporre di un'oasi di benessere capace di restituire il relax e/o l'energia necessaria per favorire la concentrazione e combattere lo stress, mentre invece per un hotel o un centro benessere diversificarsi od offrire alla propria clientela dei plus distintivi, nuovi ed efficaci, rappresenta la sfida del presente e del futuro. Da questa esigenza nasce questo, capace di aumentare il benessere olistico mente - corpo, offrendo sempre nuovi benefici polisensoriali a chi lo utilizza. Sarà possibile quindi integrare le quattro terapie di riferimento, durante un semplice massaggio o una seduta relax e rimanere coinvolti dal suo variare di luci, suoni e fragranze aromatizzate, con lo scopo di aumentare il senso di benessere percepito. Inoltre il diffusore rappresenta il più elevato punto d'incontro tra arte d'arredo e design applicato.

NPS srl
Viale Matteotti, 489
Sesto San Giovanni - Milano
Tel: 02 22477330
www.netpersonalization.com
www.diffusorebenessere.it



DIFFUSORE BENESSERE

Come conoscere nome e cognome dei nuovi clienti

New Siram srl, agenzia di comunicazione da 26 anni orientata verso soluzioni innovative nel campo della comunicazione, presenta la Cartolina Postale Digitale DADO, strumento brevettato in grado di rivoluzionare il Direct Marketing



NEW
SIRAM

Grazie al suo packaging studiato per contenere e proteggere supporti digitali come dvd e cd-rom, la «**Cartolina Postale Digitale DADO**» proposta da **New Siram** si trasforma in un mezzo di comunicazione sorprendente, testato e approvato da Poste Italiane.

Inoltre, la «Cartolina Postale Digitale DADO» contiene una nuova e brevettata tecnologia che permette di personalizzare i cd-rom sia sul disco che nella parte multimediale.

Sfruttando il vantaggio della personalizzazione, con un solo cd-rom si veicolano diversi contenuti visibili in esclusiva su diversi target di riferimento, ottimizzando così i costi di produzione. Finalmente uno strumento che permette a un'azienda di sapere non solo il numero dei clienti interessati al prodotto, ma anche e soprattutto il loro nome e cognome. Tutto questo in tempo reale, senza perdere tempo e costi in ricerche di mercato e recall telefonici lunghi, imprecisi e spesso fastidiosi per il cliente.

La tracciabilità del cd-rom permette infatti di monitorare il percorso fatto dall'utente registrando una serie di preziose informazioni quali il tasso di utilizzo, la percentuale di risposta e il ritorno dell'investimento. Il cliente percepisce il valore aggiunto di una fidelizzazione, caratterizzata da elevato impatto emotivo, attraverso un contatto mirato, diretto, interattivo e con bassi costi-contatto.

New Siram srl

Via Jacopo dal Verme, 7 • 20159 Milano
Tel: 02 6080283 • www.newsiram.it

ORA ELETTRICA



Logic, il sistema rivoluzionario Plug & Play



Ora Elettrica Spa ha rivoluzionato il sistema per il rilevamento presenze destinato alla piccola e media impresa. Pronto da subito, «logic» è auto installante e non richiede alcuna manutenzione; l'orologio è operativo appena vengono inserite le pile e, in tre minuti, si può iniziare a timbrare. Un design moderno ed accattivante sottolinea il contenuto tecnologico del prodotto: «logic» integra tutte le più avanzate tecnologie di raccolta dati in una forma che ne esalta la semplicità d'uso e la funzionalità.

Tramite l'utilizzo di badge transponder (prossimità) vengono risolti i problemi legati alle tecnologie più tradizionali, dando i seguenti vantaggi: semplicità – per timbrare è sufficiente avvicinare il badge all'orologio; rapidità – l'operazione viene completata in una frazione di secondo; sicurezza – il codice del badge è unico e non riproducibile; usura – non esistendo alcun contatto diretto, non esiste alcuna usura del badge. «Logic» ha introdotto per primo la trasmissione

«wireless» nel settore del rilevamento delle presenze consentendo l'installazione senza necessità di cablaggi, libertà di posizionamento dell'orologio, connessione sempre attiva.

Infine, ma non ultimo, l'apparecchio è stato pensato «open»: qualora infatti le esigenze dell'azienda dovessero mutare, è possibile – mantenendo fermo l'hardware – implementare il sistema con applicativi software di maggiori performance fino alla generazione dei file di output per le procedure di paghe e contributi.

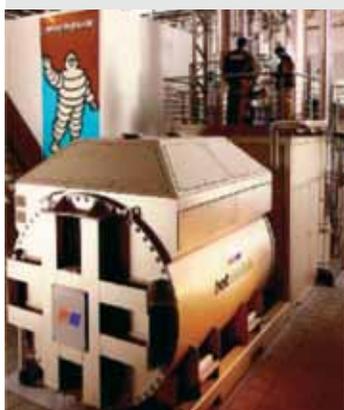
Ora Elettrica Spa

Via Filanda, 12
20010 Cornaredo • MI
Tel. 02 563308
www.ora-elettrica.com



W.M.T. – WATER AND MECHANICAL TECHNOLOGY

Energia del futuro a pila combustibile



La **W.M.T.**, azienda fondata nel 1977, vanta realizzazioni a livello mondiale nei campi: ecologico, elettrico, meccanico ed automobilistico, nucleare, petrolifero, siderurgico; nonché comprovata esperienza nell'engineering e negli applicativi software.

Dal 2004 utilizza una **pila a combustibile** soprattutto negli impianti di produzione di biogas, negli inceneritori e negli impianti di depurazione dell'acqua. Questa società, con le sue consociate e le sue rappresentate, è in grado di fornire per il suddetto progetto un'ampia gamma di servizi che si articolano: dal progetto di fattibilità, alla stesura delle specifiche di realizzazione, alla cura della realizzazione affidata ad una azienda tedesca, alla realizzazione del progetto, alla messa in marcia dell'impianto, all'istruzione del personale preposto alla gestione, all'assistenza post vendita. Il principio alla base delle pile a combustibile è analogo a quello delle comuni pile elettriche con la generazione diretta, di una forza elettromotrice (corrente elettrica) a partire dalle sostanze reagenti (in ultima analisi idrogeno ed ossigeno) per mezzo di una reazione elettrochimica, anziché attraverso processi di conversione di energia, come si fa inve-

ce nei generatori elettrici azionati da macchine a combustione termica. I prodotti di questa generazione sono: energia elettrica, calore ed acqua.

L'idea d'utilizzo della pila a combustibile (detta anche cella a combustibile dal nome inglese fuel cell) nasce dalla possibilità d'estrazione d'energia elettrica e calore direttamente dalla reazione chimica dell'idrogeno puro o da gas formati da molecole composte con tali atomi con ossigeno puro o più comunemente con l'aria. La reazione chimica avviene senza nessun processo di combustione termica e senza bisogno di macchine rotative o alternative. Pertanto il processo elettrochimico non solo ha un'elevata efficienza ma mantiene a bassi i livelli delle emissioni in atmosfera. L'aria scaricata e priva di gas dannosi come nitrati e solfuri. L'energia prodotta supera del 30% quella prodotta dai sistemi convenzionali.

W.M.T. srl
Via G. Brodolini, 33
20032 Cormano • MI
Tel 02.6101342
www.wmt.it

FOUR - SERVIZI PER LA COMUNICAZIONE



Four è un gruppo di creativi nuovo e dinamico formato da 4 realtà imprenditoriali unite con lo scopo di seguire le aziende in tutti gli aspetti della comunicazione: dalla grafica all'allestimento, dal web al video, dal mobile marketing al direct marketing. Four nasce alcuni anni fa dall'amicizia di quattro imprenditori operanti in diversi settori della comunicazione, dalla voglia comune di fare qualcosa insieme e di farla bene. Oggi sempre di più le aziende hanno il bisogno di semplificare le proprie strategie di marketing e di ottimizzare tempi, costi ed energie ma al tempo stesso di aumentare qualità e creatività del servizio. A questo livello nasce l'idea di raggruppare creativi, artisti, registi, grafici e scenografi, ognuno con le proprie competenze ma uniti da questa passione per il «ben fatto» e che alla scorciatoia del guadagno facile preferiscono il lavoro in team. In questo modo il cliente non si trova a dover affrontare un unico soggetto appaltatore con inevitabile innalzamento dei costi.

Con Four la comunicazione si fa in quattro

FOUR
Via Dei Mestieri, 13
20049 Concorrezzo • MI
tel 0395967431
www.gruppofour.it

Alle imprese servono tecnologie cooperative

Il rapporto tra industria e ricerca è un tema presente nei discorsi di tutte le correnti politiche sindacali e delle posizioni dei ricercatori e della pubblicistica. Si parla sempre di *ricerca* in una forma spesso indefinita, per probabili e ragionevoli posizioni politiche. L'aggiustamento del tiro, ovvero lo stabilire quale ricerca, chi la fa, per quali obiettivi, farebbe nascere troppe discussioni e quindi il tema diventa attuale al momento dell'attribuzione dei fondi. Se poi, come ora, i fondi sono pochi, meglio evitare del tutto di parlare di ricerca. Ci sono problemi ben più importanti, almeno rispetto alla vita dei governi. Così la ricerca langue, il Paese è lasciato da solo. Ma non del tutto. Ovvero si lascia che alcuni sperino nelle sovvenzioni pubbliche (Stato, Cnr, Infn, regioni, province e comuni...). Alla fin dei conti, tutti conosciamo chi ha ricevuto qualche finanziamento. Del come, abbiamo imparato a disinteressarci, così come ci disinteressiamo del perché e dell'utilità dei risultati. Tuttavia qualche cosa si muove: e sono le piccole e medie imprese. Non poche hanno deciso di non soccombere alla competizione. Hanno deciso che la loro volontà è in grado di sostenere la crescita aziendale sotto l'azione del suo motore (tecnologia, produttività, competizione) alimentato dalla volontà degli imprenditori. Certamente ciò non avviene per tutte le pmi, ma può avvenire. Infatti, generalmente, le pmi non aspettano improbabili finanziamenti, hanno autonomia e conoscono il mercato. Ma, *ahimé*, non hanno strumenti di previsione che renderebbero meno rischiose le scelte e più facile l'accesso al finanziamento. Non hanno esempi per loro significativi. Infatti, molta della pubblicistica sull'innovazione è orientata alle grandi aziende. Almeno negli obiettivi. I modelli vengono sempre da lì. E ap-

pena una pmi ha successo, viene annoverata ben presto fra le medie/grandi imprese. Le pmi sono la fabbrica e il sostegno di tutta l'imprenditoria, fanno da indotto, accettano di aumentare la produttività dei grandi con grandi sacrifici ma non di rado si trasformano da indotto a induttore, la qual cosa è poi molto frequente negli Usa. E da noi? È possibile favorire la trasformazione delle imprese da «indotte» a «induttrici», mantenendo una dimensione compatibile con il tipo di attività, svolta seppure in un contesto internazionale? Riteniamo di sì e la svolta che ci sembra di percepire può fare miracoli. Vediamo perché.

- Gli esempi di successo comunicati sono contagiosi.
 - Una discussione collaborativa sulle ragioni del successo facilita il contagio pur rendendo possibile quella riservatezza che caratterizza le pmi.
 - Lo sviluppo di tecnologie cooperative rende possibile una forte economia sull'acquisizione di tecnologie per competere, sempre nelle ipotesi della conservazione della riservatezza.
 - Una misura (o più misure) delle prestazioni delle pmi anonima, ma di cui ciascuna azienda conosce il significato, coinvolge le pmi in una sorta di corsa campestre in cui ciascuno sa dove si trova e può capire come andare un po' meglio e in una migliore direzione riservata.
 - La collaborazione fra pmi per gli obiettivi di ciascuna impresa può trasformarsi in una sorta di «banca della cooperazione», in cui chi può aiutare affermi cosa può dare e chi ha bisogno di aiuto segnali le sue esigenze.
- Per tutto ciò serve più comunicazione, ma questa rivista e l'annunciato magazine nazionale di Confapi danno già un chiaro esempio di volontà. Ora dobbiamo correre.



Gianni Degli Antoni (Piacenza, 1935) si è laureato in Fisica nel 1960 e da allora ha operato presso l'Università degli Studi di Milano. La sua attività principale è da sempre quella di «sviluppare ambiti didattici e di ricerca». Ha fondato il Gruppo di elettronica e cibernetica a Milano presso l'Istituto di Fisica, diventato Istituto di Cibernetica prima e Dipartimento di Scienze dell'Informazione poi. La sua attività didattica è vasta e impegnativa, con un continuo rinnovamento delle metodologie didattiche. Inoltre, ha collaborato alla vita del Cnr, è stato membro del Comitato Esprit della Comunità Europea in rappresentanza dell'Italia e, in tempi recenti, ha promosso molta attività verso soft computing, quantum computing e la biotecnologia.

correnti
fondi
ricerca
impresa
esempi di successo
tecnologie cooperative
comunicazione
scelte
imprenditoria
collaborazione
finanziamenti
migliore direzione
competere

Galassi: «La globalizzazione passa da Milano attraverso l'industria»

Il presidente Paolo Galassi traccia un rapido bilancio di un anno a tinte chiaro-scure e manda un messaggio al sistema politico-istituzionale, alla vigilia dell'assemblea pubblica di Apimilano

«A Milano l'industria sta scomparendo. La città ha bisogno di vedere valorizzata la sua capacità industriale. Occorre rilanciare la Milano produttiva e non lasciare che il baricentro dell'economia della nostra città si sposti definitivamente nell'ambito dei servizi, altrimenti saremo tagliati fuori dalle dinamiche della globalizzazione». Queste le parole del presidente Galassi che per una Milano sociale e culturale ritiene indispensabile un investimento sul manifatturiero e sul benessere diffuso. Ripercorriamo, in questa intervista, quelle che sono state le più importanti azioni del suo operato nell'anno 2007 nella complessità del sistema economico milanese e lombardo.

Presidente, si parla spesso della crisi dell'industria milanese, perché?

«In una metropoli come Milano l'industria rischia di lasciare troppo spazio ai servizi. Questo non deve accadere. Perché non è sufficiente generare consumi, bisogna anche produrre. Perché ciò avvenga è necessario un maggior supporto da parte del sistema politico-istituzionale del territorio. Per rilanciare l'industria servono più agevolazioni come la detassazione degli straordinari o degli utili reinvestiti, maggiori infrastrutture, meno costi energetici, più sicurezza, tanto per citarne alcune. L'industria a Milano soffre di una crisi d'identità poiché mancano una strategia precisa e una politica economica che tengano conto delle reali esigenze delle pmi. Per questo ho deciso di inaugurare gli Stati Generali della piccola e media industria a Milano, per dare un forte segnale agli imprenditori, affinché diventino protagonisti attivi della politica economica».



occorre rilanciare la Milano produttiva e non lasciare che il baricentro dell'economia cittadino si sposti definitivamente nell'ambito dei servizi



Quali sono gli strumenti fondamentali per il rilancio delle pmi?

«Uno strumento fondamentale per la crescita delle piccole imprenditoria è sicuramente il federalismo fiscale. Tarpare le ali al nord, significa tarpare a tutto il Paese. Il più grosso problema delle imprese milanesi è la carenza di infrastrutture. A che servono i risparmi derivanti dal cuneo fiscale se poi un camion è costretto a restare imbottigliato per ore in autostrada? Un maggiore federalismo nella gestione delle reti stradali porterebbe notevoli miglioramenti. Il 69% delle aziende lombarde opera con i mercati esteri e per essere competitivi servono soprattutto infrastrutture adeguate».

Oltre al federalismo fiscale, in questo ultimo anno ha affrontato spesso il tema della sicurezza...

«Per gli imprenditori la sicurezza è un problema fondamentale. Senza sicurezza la crescita frena. Abbiamo il dovere di tutelare i nostri lavoratori dentro, ma anche fuori dall'azienda. Non solo, molti imprenditori subiscono atti di intimidazione e delinquenza. Servono più forze dell'ordine

globalizzazione



per preservare l'industria servono più agevolazioni come la detassazione degli straordinari o degli utili reinvestiti, maggiori infrastrutture, meno costi energetici, più sicurezza

industria

per difendere chi lavora e produce. Per evitare che Milano diventi un territorio ancora meno sicuro e quindi poco favorevole per l'impresa industriale, per scongiurare che gli imprenditori spostino i loro insediamenti produttivi in Paesi più sicuri come la Svizzera, è indispensabile che il problema della sicurezza diventi un fattore culturale. Più sicurezza vuol dire più occupazione, più benessere sociale, più welfare».

Capitale umano, formazione e lavoro, indispensabili per il successo di un'azienda?

«Non si può parlare di competitività senza pensare alla formazione del lavoratore, ma anche dell'imprenditore. La centralità del capitale umano è diretta conseguenza del successo di un'azienda. Le problematiche dell'educazione, del lavoro e dell'occupazione restano temi centrali per lo sviluppo del nostro territorio. Il 60% delle pmi in Lombardia cerca lavoratori con una formazione tecnica. Per i lavoratori con queste caratteristiche, il 40% degli imprenditori è disposto subito ad un'assunzione a tempo indeterminato. Se le imprese milanesi sono le uniche ad aver aumentato le quote di occupati a tempo indeterminato è anche grazie alla legge sulla formazione professionale della Regione Lombardia, che ha fatto molto per avvicinare il mondo della scuola all'impresa. La legge prevede infatti reti di col-

laborazione tra scuola, istituzioni e aziende per elaborare corsi realmente spendibili sul mercato, valorizzazione dell'apprendistato e realizzazione di un sistema di certificazione delle competenze per rendere veloce ed efficace l'incrocio tra domanda e offerta di lavoro. La rinascita dell'industria sta proprio nell'eccellenza del manifatturiero, nella manodopera altamente specializzata e nel collegamento con una forte università».

L'eccessiva burocratizzazione impedisce all'imprenditore di valorizzare le proprie risorse umane, ma non solo...

«Da tempo chiediamo la semplificazione ed economicizzazione del carico fiscale e para-fiscale per un mercato del lavoro più fluido. Le pmi risentono in misura proporzionalmente maggiore degli aggravii della burocrazia, rispetto alle imprese di dimensioni maggiori. Servono regole condivise per competere sul mercato globale. In Italia abbiamo il maggior numero di leggi e regolamenti rispetto all'Europa. Dovremmo invece avere meno burocrazia che non vuol dire «anarchia», ma testi unici che non subiscano cambiamenti improvvisi che bloccano lo sviluppo. Proprio alla base della competitività è il sistema di tassazione. Ad esempio si dovrebbero pagare le tasse su quanto si guadagna, non sul reddito complessivo».

apimilano
dal 1946

**Milano, Lombardia:
porta per la
modernità**

Lunedì
17 dicembre 2007

Museo Nazionale
della Scienza
e della Tecnologia
Leonardo da Vinci
Via San Vittore, 21
Milano

PROIEZIONE VIDEO-CLIP
«INGEGNI ALL'OPERA»

Apertura lavori
Paolo Galassi
Presidente Apimilano e Confapi

Tavola rotonda
Aldo Bonomi,
sociologo e direttore AASTER, dialoga con:

Carlo Sangalli
Presidente Camera di Commercio di Milano

Giuseppe Bonomi
Presidente Sea

Giorgio Fiorentini
Docente di Economia delle aziende
non profit Università Bocconi

Sandro Parenzo
Presidente Mediapason

Luca Doninelli
Scrittore

Paolo Galassi
Presidente Apimilano e Confapi

Conclusioni
Roberto Formigoni
Presidente della Regione Lombardia

Al termine dell'evento i saluti istituzionali di:
Filippo Penati
Presidente della Provincia di Milano

Carlo Masseroli
Assessore Sviluppo del Territorio
del Comune di Milano



Sangalli: «Una via ambrosiana alla cultura del fare»

Confermato alla guida della Camera di Commercio di Milano, Carlo Sangalli guarda alla città e alle sue molteplici espressioni come al nodo con cui l'Italia si tiene aggrappata alla rete globale.

E anticipa i progetti camerali sul fronte dell'innovazione d'impresa



la caratteristica della città è quella di non avere caratteristiche: dentro Milano infatti convive una pluralità di identità autonome, forti e radicate: si tratta solo di metterle in rete, collegarle per far fare sistema

Presidente, Milano è stata definita (dal professor Bonomi) la «porta globale» dell'Italia per la modernità. Quali sono, oggi, i punti di forza che accreditano la nostra città per un ruolo così impegnativo?

«Iniziamo da una semplice constatazione: secondo un'autorevole ricerca internazionale Milano è ottava nel mondo per collegamenti internazionali; questo significa che la città è più in rete con il villaggio globale rispetto a città come Los Angeles, Amsterdam o Francoforte. Da questo fattore di forza discende anche la concentrazione sul nostro territorio della metà delle multinazionali straniere operanti in Italia e oltre trecentomila dipendenti di imprese a partecipazione estera. Queste fredde cifre confermano il ruolo di Milano come «nodo» globale del sistema nazionale: potremmo dire quindi, parafrasando Ugo La Malfa, che l'Italia si tiene aggrappata alla rete globale attraverso Milano, che è città di frontiera o, se vogliamo, una città laboratorio. Capitale italiana della moda, del design e dell'innovazione, ma anche delle imprese etniche e delle imprese rosa. Da un certo punto di vista possiamo dire che la caratteristica della città è quella di non avere caratteristiche: dentro Milano infatti convive una pluralità di identità autonome, forti e radicate: si tratta solo di metterle in rete, collegarle per far fare sistema».



rispetto al tasso medio di instrutturazione italiano, Milano nel nostro Paese è ai primi posti, ma questo non vuol dire che il livello sia sufficiente a soddisfare le esigenze della città laboratorio o ad aiutare la competitività delle nostre imprese



Milano soffre anche di alcune criticità, in particolare legate al difficile processo di potenziamento infrastrutturale e alla complessa ridefinizione della sua natura imprenditoriale. Qual è la Sua opinione in proposito?

«Penso che il nostro territorio, come tutte le realtà metropolitane, rischi di essere contraddittorio, soffra cioè un po' di schizofrenia: Dr. Jekyll nella dimensione software delle infrastrutture e Mr. Hyde per la dimensione hardware. Mi spiego meglio: se da Milano mi collego in tempo reale con qualsiasi parte del mondo, fino a quando resto nella realtà virtuale dei fax, della telematica, della televisione, non solo non devo affrontare particolari criticità, ma anzi godo di vantaggi comparati notevoli; viceversa, è quando dal fax discende l'ordine di far partire la merce su strada o su treno, è quando abbandonano le autostrade dell'informazione per imboccare quelle fatte di asfalto o rotaie che sorgono le criticità. Rispetto al tasso medio di instrutturazione italiano, Milano nel nostro paese è ai primi posti, ma questo non vuol dire che il livello sia sufficiente a soddisfare le esigenze della città laboratorio o ad aiutare la competitività delle nostre imprese. Le faccio solo un esempio: da una nostra recente ricerca emerge che, se continua l'attuale trend, nel 2013 il sistema stradale milanese sarà completamente saturo e vicino alla crisi, con quasi 2 miliardi di veicoli all'anno sulle tangenziali: solo di notte non troveremo code. La nostra competitività si gioca proprio sul far coincidere sempre più i tempi della rete virtuale con quella fisica; in caso contrario la produttività delle imprese milanesi e il loro «valore aggiunto», è proprio il caso di dirlo, si perderà per strada».

La città ha davanti a sé una molteplicità di sfide: la crescita economica e il consolidamento occupazionale, la diffusione della ricchezza e del benessere, la sicurezza dei cittadini, una migliore tutela della qualità di vita (sociale e ambientale), il collegamento più efficiente con il mercato globale. Quali sono le priorità?

«Ritengo che, proprio in quanto città laboratorio, Milano deve saper indicare una propria via dello sviluppo: una via ambrosiana stessa lungo la nostra «cultura del fare». Alcuni esempi chiariscono meglio il mio pensiero: grazie al far impresa molte donne hanno trovato o ritrovato piena cittadinanza nel sistema produttivo milanese e, nel contempo, hanno spesso sopperito al ritirarsi del welfare pubblico, creando asili, erogando servizi educativi o di cura della persona. Grazie alla dura palestra del mercato molti immigrati hanno imparato a conoscere, vivere, integrarsi con il territorio. Credo che proprio nell'aiutare chi aiuta gli altri si giochi il modello di sviluppo futuro, in cui non è più possibile riproporre il vecchio paradigma di welfare centralizzato e spersonalizzato, con istituzioni che svolgono un ruolo di governance e di garanti della legalità».



Lei è stato riconfermato alla presidenza della Camera di Commercio: su quali programmi e progetti intende caratterizzare l'avvio di questo nuovo mandato?

«Intendo continuare un cammino intrapreso in precedenza concentrandomi su due fronti: uno di contenuto, l'altro di metodo. Quello di contenuto consiste nel rafforzare la dimensione istituzionale, distinguendola dalla rappresentanza in capo delle associazioni, quindi intervenendo su tutte quelle attività di sistema infrastrutturale e di competitività complessiva. Compito della Camera di Commercio non è sostituirsi alle associazioni o al mercato nei servizi alle imprese, ma piuttosto costruire

cultura
del fare



Sangalli «Una via ambrosiana alla cultura del fare»

è nostro scopo primario diffondere una «cultura dell'innovazione» nel sistema imprenditoriale ed economico in generale; in questo senso rivestirà un ruolo fondamentale l'Agenzia per l'Innovazione



una istituzione moderna e flessibile, partecipata ed autorevole, che intervenga nella logica di sussidiarietà sostenendo la competitività delle imprese nelle attività di «frontiera»: dall'internazionalizzazione al credito, dall'innovazione alla formazione, dalla cultura alla ricerca. Parlavamo di un secondo fronte di intervento, ovvero quello del metodo. Che consiste nel costruire alleanze, impegnarsi per la governance, giocare magari da mediano a servizio delle imprese, del territorio e del nostro Paese. Solo con questo metodo, credo, possiamo contribuire ad una crescita di qualità. Con la convinzione che la qualità della crescita economica metta insieme prodotti, infrastrutture e fattori intangibili come la cultura e la formazione della nuova classe dirigente, convinzione che si è certamente rafforzata in questi anni».

Le imprese milanesi hanno sempre più bisogno di strumenti innovativi per reggere la sfida della competitività: in che modo si articolerà concretamente l'intervento della Camera di Commercio?

«Da un lato ci siamo concentrati nell'ambito della condivisione della conoscenza creando un collegamento tra istituzioni, imprese e innovazione disponibile. Penso agli accordi con Regione e Provincia per sostenere insieme l'innovazione, ma soprattutto al progetto di un'Agenzia nazionale dell'innovazione che ci vede parte di un'iniziativa ampia, con un supplemento di responsabilità, dato anche dal fatto che la sede di questa Agenzia è stata riconosciuta a Milano, e proprio nella Camera di Commercio.

Un impegno che, dall'altro lato, portiamo avanti, supportando le imprese attraverso lo sviluppo e l'attivazione delle risorse del sistema locale. A partire dai contributi a favore dell'innovazione erogati in modo diretto, senza dimenticare l'importanza dell'accesso al credito per le imprese e l'erogazione di servizi integrati ad alto valore aggiunto.

E' bene tenere a mente che sono molte le imprese milanesi che stanno innovando, soprattutto in numero maggiore rispetto al resto del paese; è necessario però riuscire a stimolare e a coinvolgere in questo processo anche quel 60% di nostre imprese che, come ci dice una ricerca con il Politecnico, ha un atteggiamento non attivo nei confronti dei cambiamenti tecnologici.

In ultimo, ma non meno importante, è nostro scopo primario diffondere una «cultura dell'innovazione» nel sistema imprenditoriale ed economico in generale.

L'ho già sottolineato, ma ritengo utile ripeterlo: l'innovazione deve essere un concetto diffuso e per promuoverla al meglio è necessario supportarne una percezione che sia ampia e integrata. In questa prospettiva più flessibile risulta anche più semplice coinvolgere strati della popolazione che non appartengono ai soli «addetti ai lavori»».



NOTATE LA DIFFERENZA?

Sono tanti i broker assicurativi, ma pochi possono garantirvi un servizio di consulenza personalizzato come il nostro. La filosofia della nostra società è infatti incentrata su una profonda conoscenza delle problematiche di ciascun cliente per essere davvero risolutivi in ogni situazione. Incontriamoci. Scoprirete cosa ci rende differenti dagli altri e soprattutto che siamo il partner giusto per mettere al sicuro la vostra azienda. Correte un solo rischio: pentirvi di non averci conosciuto prima.

steffano
ASSICURATORI

Steffano Assicuratori srl - Unipersonale - Dr. Marco Steffano - Amministratore Unico
Via G. Leopardi, 26 - 20123 Milano - Tel. 02 43.30.10 - Fax 02 48.00.59.81
e-mail: info@steffanoassicuratori.it - www.steffanoassicuratori.it



Bonomi: «Milano ai tempi delle moltitudini»

Questo lavoro di ricerca-azione, basato su una fitta serie di interviste in profondità, troverà rappresentazione nel libro di prossima pubblicazione per Bruno Mondadori nel quale converge un decennio di attività di ricerca di AASTER indirizzate a scandagliare dinamiche e mondi vitali che sono venute avanti nel capoluogo lombardo a partire dalla crisi della sua identità fordista (quella dell'epoca dei Pirelli e dei Falck per intenderci). Ebbene, ciò che contraddistingue l'approccio e lo sguardo con il quale ho inteso guardare alle trasformazioni della città è quello di delineare l'eventuale posizionamento di Milano come porta globale di sistema attraverso la voce dei soggetti, appunto le moltitudini, che vivono ed interpretano la metamorfosi di quello che è comunque il laboratorio più avanzato della modernizzazione in corso nel Paese.

Da questo punto di vista la ricerca sul campo restituisce almeno cinque grandi bacini di intelligenza sociale al lavoro nella transizione, differentemente posizionate rispetto alla dialettica tra flussi globali (di persone, merci, informazioni, saperi, etc.) e lunghe derive identitarie dei luoghi che, a fronte delle ricadute locali dei flussi, reagiscono attivando pratiche di resistenza, di uscita, di ibridazione o di deterritorializzazione. E' evidente che i cinque bacini identificati non intendono tanto esaurire l'analisi sulla composizione sociale di Milano, quanto piuttosto metterne in evidenza gli spezzoni emblematicamente toccati dal mutamento in atto. Questi cinque bacini, all'interno dei quali è possibile delineare diverse tribù (etniche, professionali, etc.), sono di seguito sintetizzate.

Neoborghesia dei flussi

Il racconto dell'élite dei flussi che controlla le funzioni e i ruoli che modellano la città come porta in entrata e in uscita del globale. E' un'élite, dunque, che controlla il potere della mobilità potendo praticare la deterritorializzazione su scala globale, ma che rischia di non esercitare più quella funzione di responsabilità sociale diffusa che caratterizza la borghesia storica di Milano

Nell'ambito di un incarico di ricerca promosso dalla Camera di Commercio di Milano, il sociologo Aldo Bonomi ha esplorato i mutamenti che investono la metropoli milanese, con particolare riferimento alla nuova composizione sociale che emerge dai processi di modernizzazione in atto



Milano come porta globale di sistema attraverso le moltitudini che vivono ed interpretano la metamorfosi di quello che è comunque il laboratorio più avanzato della modernizzazione in corso nel Paese



La vetrinizzazione delle botteghe

Il secondo bacino rappresenta i ceti dell'eredità della città europea come società coesa e organizzata, e nella ricerca viene emblematicamente rappresentato dal ceto dei commercianti. In questo spazio tendono a collocarsi quei segmenti di composizione sociale le cui sicurezze e i cui stili di vita sono messi in discussione dai processi di riarticolazione della struttura sociale. Ma nel medesimo tempo è un ambito in cui iniziano ad articolarsi anche processi di adattamento alla nuova fase della modernità.





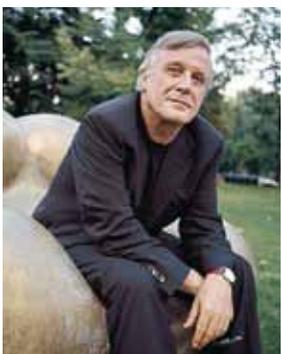
Aldo Bonomi, Sociologo e direttore del Consorzio A.A.STER. (Associazione Agenti di Sviluppo del Territorio). Ha realizzato numerose ricerche sulle problematiche del territorio, dello sviluppo e delle forme di convivenza.

Ha pubblicato i seguenti volumi: "Il trionfo della moltitudine" (Bollati-Boringhieri 1996), "Il capitalismo molecolare" (Einaudi, 1997), "Manifesto per lo sviluppo locale" con Giuseppe De Rita (Bollati-Boringhieri, 1998), "Il distretto del piacere" (Bollati-Boringhieri, 2000), "La comunità maledetta" (Edizioni di Comunità 2002), "La montagna disincantata" (CDA Vivalda

Editori, 2002), "Per un credito locale e globale" (Baldini Castaldi Dalai, 2003), "La città infinita" con Alberto Abruzzese (Bruno Mondadori, 2004), "Che fine ha fatto la borghesia?" con Massimo Cacciari e Giuseppe De Rita (Einaudi, 2004), "Il passaparola dell'invisibile" (Editori Laterza, 2004), "Il Capitalismo Personale" con Enzo Rullani (Einaudi, 2005). E' direttore della rivista *Communitas* e direttore scientifico di "Itaca" – quaderni del territorio – semestrale di UniCredit. E' stato opinionista del *Corriere della Sera* e attualmente cura la rubrica "Microcosmi" su *Il Sole 24 Ore*.



moltitudine sono gli invisibili che popolano la città delle economie informali e dei lavori servili, ma anche le nuove élites che cavalcano i flussi della globalizzazione disancorate dalla città e dalle sue istituzioni, oppure le nuove tribù del terziario creativo



La città degli invisibili

Qui si rappresenta la faccia della globalizzazione che produce un neo-proletariato dei lavori servili e dequalificati e l'effetto del cambiamento del lavoro in termini di esclusione sociale, ma anche di vulnerabilità sociale di ceti prima garantiti. E' l'ambito in cui si produce uno degli apparenti paradossi della nuova fase della modernità capitalistica, l'attualità dell'inattuale, ovvero il ritorno di forme economiche pre-capitalistiche che una concezione della modernità pesante aveva considerato in via di sparizione.

La città dello spettacolo

Il bacino delle tribù desideranti, espressione della lunga transizione terziaria che coinvolge l'area metropolitana milanese e che agisce sulla composizione sociale facendo emergere un nuovo segmento sociale che ha uno dei suoi pilastri identitari nella comune appartenenza alla «società dello spettacolo». Questo variegato insieme di tribù professionali, riconducibili all'alveo del terziario avanzato, costituisce un elemento centrale delle nuove forme della produzione immateriale, chiamate ad accompagnare la transizione del capitalismo di territorio.

Il melting pot postfordista

Il quinto cerchio della manifattura delocalizzata al di fuori del core metropolitano, rappresentato soprattutto dalla coorte delle medie imprese industriali, cui si agganciano filiere produttive di piccole e micro imprese di eccellenza. Centrale è qui il rapporto tra piattaforma produttiva dell'out-back metropolitano e funzioni terziarie pregiate metropolitane.

Ho collocato questi cinque bacini dentro la metafora dei «cerchi» della città come metafora utile a fornire elementi di conoscenza e di interpretazione di un mutamento sociale che appare a volte inintelligibile, dal momento che le persone che abitano questi cinque cerchi, pur vivendo quotidianamente fianco a fianco, sono culturalmente e socialmente distanti, quasi vivessero in universi paralleli, non riuscendo a condividere una stesso racconto che dia un senso collettivo all'esperienza sociale di ognuno.

Quella di moltitudine appare la categoria probabilmente più adatta per tentare di rappresentare questo movimento; ma in un significato depurato da ogni sovrastruttura metafisica. Perché moltitudine, qui, non indica l'emergere di una nuova soggettività cosciente, quanto il verificarsi di un doppio processo: da un lato lo stirarsi della società urbana verso l'alto e verso il basso della scala sociale, ma anche il frantumarsi dei soggetti che popolano i nuovi piani alti, così come gli scantinati, del condominio metropolitano. Moltitudine sono allora gli invisibili che popolano la città delle economie informali e dei lavori servili, ma anche le nuove élites che cavalcano i flussi della globalizzazione disancorate dalla città e dalle sue istituzioni, oppure le nuove tribù del terziario creativo.



Massimo Corsaro

Assessore all'industria,
piccola e media impresa
e cooperazione



Moda e innovazione: il presente del futuro

Il settore moda è l'unico settore produttivo per il quale l'Italia abbia un primato a livello G8. Regione Lombardia, ancora una volta, sarà il motore trainante dell'intero sistema nazionale, con un occhio di riguardo all'imprescindibile bagaglio di una tradizione forte, quale è quella della moda italiana, ma con uno sguardo rivolto ad un futuro di competitività, qualità e innovazione. Ne parliamo con il promotore, Massimo Corsaro, assessore all'Industria, Piccola e Media Impresa e Cooperazione della Regione Lombardia.

Come mai la scelta di investire sul settore della moda?

«Con la nuova legge sulla competitività delle imprese lombarde, approvata a luglio di quest'anno, siamo ora in grado di supportare la crescita del sistema produttivo e sociale del territorio, attraverso modalità e strumenti assolutamente nuovi; una «rivoluzione copernicana» destinata ad interessare, in particolare modo, le realtà industriali innovative e trainanti. Fra queste, in linea con la nostra volontà di premiare le «eccellenze», aiutandole a divenire sempre più competitive, spicca il settore della moda, settore produttivo per il quale l'Italia può vantare un primato mondiale con un fatturato di circa 70 miliardi l'anno, 40 dei quali destinati all'export, garantito da una forza lavoro di oltre 850 mila addetti su oltre 70 mila imprese. In un contesto forte di questi numeri si inseriscono interventi focalizzati sulle capacità economiche e produttive della Lombardia».

Quali sono le caratteristiche del «sistema moda» lombardo?

«I gruppi aziendali lombardi confermano la tendenza ad una strutturazione integrata verticale garantendo, di conseguenza, non solamente l'affidabilità del prodotto finito ma un percorso di qualità che non lascia spazio ai pericoli della contraffazione; la realtà della moda, inoltre, contiene in sé imprese e professionalità che coprono l'intero arco del sistema, dalla filatura alla confezione. Una filiera così strutturata deve evidentemente poter contare su contributi concettuali e manageriali di primo livello».

Considerata la complessità del quadro, quali i primi passi mossi da Regione Lombardia?

«E' stato costituito un gruppo di lavoro, denominato «Comitato per la Moda», coordinato dalla direzione generale del-

l'assessorato all'Industria, Pmi e Cooperazione, presieduto da Giovanni Bozzetti e Luca Ronzoni (Vicepresidente) allargato anche ai rappresentanti del settore della moda quali Paolo Zegna, Santo Versace, Pierluigi Loro Piana, Beppe Modenese e Rossano Soldini. Scopo del gruppo è quello di definire – grazie proprio al prezioso contributo in termini di *know-how* garantito dagli «addetti ai lavori» invitati a partecipare ai lavori del comitato – le più efficaci modalità di intervento. Fin dai primi incontri, per fare un esempio, è emersa la necessità di attivare una serie di iniziative volte al potenziamento del settore fieristico; in questa direzione saranno garantiti appoggi diretti in termini di investimenti, innovazione e promozione del sistema».

Che forma prenderanno gli interventi promossi e quali obiettivi si prefiggono?

«L'obiettivo primo è quello di sostenere la competitività attraverso l'innovazione della filiera, tramite un'attenta analisi dei progetti che verranno sottoposti al comitato. Gli interventi saranno orientati al supporto e all'implementazione della macchina intra-filiera e al miglioramento delle capacità di gestione del cambiamento, per mezzo dei nuovi modelli di business, di competition, di promozione collettiva e di lotta alla contraffazione, senza dimenticare la volontà di appoggiare iniziative imprenditoriali rivolte al rispetto dell'ambiente. L'assessorato all'Industria e Pmi, con il Comitato per la Moda, ha individuato alcune linee d'azione programmatiche a supporto della continuità d'impresa, dell'ammodernamento produttivo, della rilocalizzazione in territorio lombardo di produzioni precedentemente delocalizzate, dell'individuazione di nuovi canali distributivi, di iniziative promosse dalle associazioni di categoria e di operazioni a favore dell'*inco-*ming di buyers esteri».



PER TUTTI I **CAPITANI**, PICCOLA O GRANDE CHE SIA LA LORO **AZIENDA**,
ECCO UNA NUOVA **FLOTTA**.



New Clio 1.5 dCi 70cv
con climatizzatore a **€ 8.200***.



New Scenic 1.5 dCi 85cv
con climatizzatore a **€ 12.200***.



New Espace 2.0 dCi 130cv
con climatizzatore a **€ 17.950***.



Trafic 2.0 dCi 90cv
con climatizzatore a **€ 13.750***.

Da oggi puoi avere una nuova flotta Renault con finanziamento senza anticipo e fino a 7 rate in omaggio.

RENAULT BUSINESS CENTER • Consulenti specializzati per le aziende • Soluzioni di mobilità personalizzate • Disponibilità di tutta la gamma Renault • Allestimento dei veicoli secondo i vostri bisogni • Finanziamenti, leasing e noleggio • Manutenzione programmata in base alle vostre esigenze • Veicoli di sostituzione • Servizio di soccorso stradale • Trattative riservate per flotte aziendali.

OFFERTA DESTINATA ALLE AZIENDE COMPRESIVA DEGLI INCENTIVI FISCALI STATALI, VALIDA FINO AL 31/12/2007.

*Prezzi chiavi in mano su strada e IPT escluse, comprensivi dello sconto Renault in caso di rottamazione e dell'incentivo statale fino a 2000,00 euro di cui alla legge 296 del 27/12/2006. Connessi (ciclo misto): da 6.3 a 8.8 l/100km. Le immagini delle vetture possono non essere rappresentative dei prodotti. Emissioni CO₂ da 219 a 232 g/km. Esempio di finanziamento: importo finanziato € 8.200,00; 84 rate da € 136,16, ultime 7 rate gratuite (incluse estinzione anticipata); finanziamento Protetto (tasso fisso 7,95%; fieg 7,49%; spese di gestione pratica € 230 + imposta di bollo in misura di legge. Salvo approvazione FINRENAULT ed esatto adempimento delle condizioni contrattuali. Fogli informativi presso i punti vendita delle Rete Renault e sul sito www.finnr.it; messaggio pubblicitario con finalità promozionale. Offerta della Rete Renault che aderisce all'iniziativa valida fino al 31/12/2007.



RENAULT FILIALE DI MILANO
REAGROUP ITALIA SPA
BARANZATE: V. MONTE ABETONE, 5 - SS VARESINA
MILANO: V.LE CERTOSA, 144 - V.LE PAPINIANO, 53/55
POGLIANO M.SE: S.S. SEMPIONE (ANG. V. PASCOLI)
WWW.RENAULTFILIALEDIMILANO.IT
AUTO NOVA - NOVA M.SE: V. DIAZ (ANG. V. VENEZIA)
ELLEDI MOTORS - MILANO: V. TARTINI, 33
MANZONI & C. - MILANO: V. S. RITA DA CASCIA, 35
QUACQUARELLI - MILANO: V. LORENTEGGIO, 60
SALAUTO - SETTIMO M.SE: V. PANZERI, 14

CONCESSIONARIA RENAULT RENORD
SESTO S. GIOVANNI: VIA CLERICI, 2/4
(ANGOLO VIALE FULVIO TESTI)
MILANO: VIA LAZZARO PAPI, 14
MILANO: VIA VEGLIA, 2 - VIALE BRENTA, 24
WWW.RENORD.COM
DUEPONTI - MILANO: V.LE MONZA, 107/109/125
EZIO COLOMBO - MILANO: V. G.B. DELLA SALLE, 15
F.D. AUTO - SESTO S. GIOVANNI: V.LE ITALIA, 597 E 800
M.I.D.E. CAR - MILANO: V. CARDINAL MEZZOFANTI, 12
TIRLONI & C. - MILANO: V. RIPAMONTI, 220/248

La rete dei settori industriali

Nel mese di giugno 2007 Apimilano ha rinnovato le cariche sociali e tra queste anche i presidenti delle Categorie, i gruppi che a livello nazionale fanno riferimento ad altrettante Unioni. Nelle pagine che seguono abbiamo cercato di raccogliere il punto di vista dei presidenti provinciali di queste categorie

Le categorie sono organizzate in unioni sulla base delle principali affinità merceologiche, di mercato, contrattuali o di problematiche produttive. Le categorie sono il «luogo» della partecipazione istituzionale delle imprese alla vita associativa attraverso i consigli dei vari gruppi che costituiscono l'espressione politica della base associativa. Si propongono come punti di riferimento e snodo organizzativo per le imprese delle rispettive categorie e supportano la tutela degli interessi imprenditoriali dei relativi settori orientando i servizi operativi forniti dall'associazione verso le imprese. Sul piano operativo danno vita a gruppi di lavoro o di interesse finalizzati all'approfondimento di specifiche tematiche, attraverso la promozione e realizzazione di iniziative e incontri, anche con la collaborazione di soggetti interni o in partenariato con soggetti esterni all'associazione. Le categorie inoltre promuovono la costituzione di consorzi o gruppi di qualità e di tutte quelle iniziative, anche di carattere sociale, che abbiano quale fine l'aggregazione fra le imprese e la crescita imprenditoriale e professionale degli imprenditori.

LE UNIONI DI CATEGORIA DEL SISTEMA CONFAPI:

- **UNIONMECCANICA** imprese metalmeccaniche
- **UNIONCHIMICA** chimica, gomma, plastica
- **UNIGEC** grafico, editoriale e cartotecnico
- **UNIONTESSILE** tessile e abbigliamento
- **UNIMATICA** informatica
- **UNITAL** settore legno
- **ANIEM** edili
- **SPEDAPI MILANO** trasporto, spedizioni e logistica
- **Gruppo donne imprenditrici**
- **Gruppo giovani imprenditori**

Una timida ripresa

Dopo la performance brillante del secondo semestre 2006, i saldi delle imprese a livello settoriale decrescono, pur mantenendosi ancora su livelli elevati. Infatti, la maggior parte dei settori che avevano indicato una forte ripresa negli ultimi due semestri, come il comparto metalmeccanico, trasporti-logistica e quello edile, subiscono nel primo semestre del 2007 una leggera diminuzione dei saldi. Risultati particolarmente brillanti sono stati ottenuti invece dal settore chimico, i cui saldi continuano la loro crescita raggiungendo i livelli massimi di 40% per produzione, ordini e investimenti, il 20% per l'occupazione e una variazione dell'utile lordo di 6,67% (unico settore insieme al tessile-abbigliamento a registrarne un andamento positivo).

Forte rallentamento invece per il settore legno e arredo che registra un crollo negli ordini, produzione e fatturato di -50%. Situazione preoccupante per quello informatico che presenta un fatturato con un saldo di -11,11% e il saldo dell'utile lordo più basso, -44,44%.

Particolare invece la fase attraversata dal comparto del tessile e abbigliamento: pur presentando fatturato e occupazione negativi(-12,50%), registra per utile lordo il saldo positivo più alto, 12,50%.

Apimilano ha raccolto, attraverso un sondaggio realizzato su un campione di 300 imprese, la dinamica congiunturale di ogni settore merceologico.

La situazione corrente per settore (primo semestre 2007)

	Ordini	Produzione	Fatturato	Occupazione	Investimenti	Utile lordo
Metalmeccanico	24,19%	23,53%	27,03%	6,99%	18,82%	-7,57%
Chimico	40%	40%	13,33%	20%	40%	6,67%
Grafico-cartotecnico	0%	0%	0%	-15,79%	0%	-21,05%
Tessile-abbigliamento	0%	12,50%	-12,50%	-12,50%	0%	12,50%
Informatico	11,11%	0%	11,11%	0%	22,22%	-44,44%
Legno-arredo	-50%	-50%	-50%	0%	0%	0%
Edile-costuzioni	7,69%	15,38%	0%	0%	38,46%	-15,38%
Trasporti	60%	20%	0%	40,00%	60%	0%

Si mantengono favorevoli, anche se con una moderazione dell'ottimismo, le aspettative degli imprenditori milanesi relative al secondo semestre del 2007. Il quadro previsivo vede miglioramenti significativi delle variabili economiche analizzate per quasi tutti i settori, con l'eccezione del tessile e abbigliamento (l'unico a registrare tutte le percentuali di previsione negative), del grafico-cartotecnico e del legno-arredo (che tocca le previsioni peggiori -50% per occupazione e investimenti).

La situazione attesa per settore

	Ordini	Produzione	Fatturato	Occupazione	Investimenti
Metalmeccanico	8,60%	11,29%	10,75%	2,15%	8,65%
Chimico	26,67%	6,67%	26,67%	6,67%	6,67%
Grafico-cartotecnico	5,26%	-5,26%	-5,26%	-10,53%	5,56%
Tessile-abbigliamento	-37,50%	-12,50%	-37,50%	-12,50%	-37,50%
Informatico	11,11%	11,11%	-22,22%	22,22%	22,22%
Legno-arredo	0%	0%	0%	-50%	-50%
Edile-costuzioni	30,37%	23,08%	38,46%	0%	30,77%
Trasporti	20%	20%	20%	20%	0%

LA VOCE DELLE CATEGORIE

- 1 *Rispetto allo scenario di mercato in cui operano le imprese di settore, quali sono i punti critici e le opportunità di crescita?*
- 2 *Quali sono invece i problemi aperti sul fronte delle relazioni con le parti sociali e le rivendicazioni più importanti nei confronti del sistema politico-istituzionale?*
- 3 *Quali sono le priorità del programma di lavoro della sua categoria?*

GIANLUIGI MACCHI - Presidente ANIEM Milano

Criticità e opportunità di crescita

«Rispetto allo scenario di mercato in cui operiamo il primo punto critico riguarda la diminuzione degli appalti pubblici e comunque di importi molto alti che non permettono alle piccole imprese di partecipare. Altra criticità l'effettivo decremento del lavoro in generale con conseguente abbassamento dei prezzi, ancora molta burocrazia. Le opportunità di crescita nel settore delle piccole e medie imprese può essere sviluppato con enti come regione e comune, e controllando maggiormente le irregolarità».

Un sistema federalistico per gli appalti pubblici

«Le relazioni con le parti sociali nel nostro settore sono quasi nulle, le poche che ci sono si trovano in grossi cantieri dove le nostre imprese lavorano in subappalto, le problematiche politico istituzionale si riscontrano quasi esclusivamente su appalti pubblici, che a mio parere dovrebbero avere un sistema più federalistico».

Meno tasse e burocrazia

«Gli obiettivi che mi pongo per questo mandato sono maggior qualificazione del personale, maggior controllo della qualificazione delle imprese, minore burocrazia e meno tassazione, maggiori sovvenzione per l'edilizia innovativa».

Gianluigi Macchi

Imprenditore edile, impegnato nelle attività sociali e politiche, tanto che il suo obiettivo primario è quello di mettere a disposizione il suo impegno sociale al fine di migliorare la qualità del lavoro. Attualmente è componente della commissione edilizia del Comune di Solaro.

ANIEM – Associazione nazionale delle piccole e medie imprese edili rappresenta gli interessi e le istanze delle aziende operanti nei settori: edilizia, lapideo – estrattivo, laterizi e manufatti in cemento, cemento, calce e gesso.



Luca Castiglione

Appena diplomato inizia la sua esperienza lavorativa nel settore dei trasporti cominciando a svolgere mansioni operative doganali presso la Danzas di Milano fino ad arrivare a ricoprire le cariche di amministratore delegato e presidente della società Alpina Export srl.

SPEDAPI – Unione provinciale di categoria costituita all'interno di Apimilano rappresenta le aziende operanti nei settori: trasporto, spedizioni e logistica nazionale ed internazionale.



LUCA CASTIGLIONE - Presidente SPEDAPI Milano

«In un mondo in cui stanno prendendo il «comando» le multinazionali, essere piccoli è sempre più difficile. Nel nostro ambito esistono settori di nicchia dove è ancora importante la specializzazione del servizio, il trattamento personalizzato, l'assistenza a tempo pieno che solo aziende piccole ed altamente «elastiche» possono garantire. In un rapporto pubblicato di recente è stato evidenziato come, esaminate le prime 1000 aziende del nostro settore, siano le piccole imprese a fare da traino per l'economia italiana, mentre le grosse multinazionali sono capaci solo di stilare bilanci «in perdita». E questa non può che essere un'iniezione di fiducia nel nostro futuro».

Rivendicazioni nei confronti del sistema politico istituzionale

«Un'associazione come quella degli autotrasportatori (che raggruppa 200.000 aziende, la maggior parte delle quali basate su una persona che altri non è che l'autista del camion) ha certamente più potere che non l'insieme dei 1.500 operatori del trasporto e della logistica. Quindi non solo diventa difficile per noi confrontarci con il sistema politico-istituzionale,

ma dobbiamo soccombere al potere di chi ha i grossi numeri. Un esempio per spiegare meglio: il governo, con l'intento di calmare i bollenti spiriti del settore autotrasporto che minacciava fuoco e fiamme, ha siglato un protocollo d'intesa che prevede «la possibilità di sottoscrizione dei contratti di trasporto solo da parte delle imprese iscritte all'albo degli autotrasportatori che abbiano nella propria disponibilità un numero adeguato di veicoli idonei al servizio di trasporto». Se un tale impegno venisse tradotto in legge, avremmo un risultato immediato: l'impossibilità per lo spedizioniere di continuare a fare il suo lavoro, non potendo più sottoscrivere alcun contratto di trasporto».

Maggiore rappresentanza e forza contrattuale

«Per il prossimo triennio vorremmo riuscire ad allargare il numero degli associati, così da avere maggior voce in capitolo. Poiché Spedapi è stata costituita solo in seno ad Apimilano, si rende necessaria la costituzione di tante altre sezioni Spedapi all'interno di tutte le Api Italiane. Questo ci permetterebbe di acquisire visibilità e forza contrattuale».



La rete dei settori industriali



Giorgio Comolo

Laureato in Ingegneria Industriale – sottosezione chimica al Politecnico di Milano. La sua esperienza professionale inizia presso un'industria specializzata nella lavorazione del legno per poi occuparsi prevalentemente dal 1961 de "La Tecnocarta Spa" e dal 1975 della Dia-Nielsen Italia srl.

UNIGEC – Unione nazionale della piccola e media industria grafica editoriale, cartaria e cartotecnica, costituita negli anni Settanta.

**GIORGIO COMOLO -
Presidente UNIGEC Milano**

«I punti critici per chi lavora in questo settore sono sicuramente la progressiva sostituzione in molti ambiti della stampa su carta con la registrazione su supporti magnetici; la progressiva riduzione del numero di stampati commerciali mediante l'utilizzo di mezzi di comunicazione e d'archiviazione informatici. Abbiamo riscontrato difficoltà anche nell'esportazione extra UE a causa del rapporto dollaro/euro cresciuto in pochi anni da 0,80 a 1,40 e dall'accresciuta concorrenza dei Paesi emergenti.

Tante sono però le opportunità di crescita da cogliere, legate alla naturale espansione del mercato e, soprattutto, al diffondersi di nuove forme di stampati per utilizzi particolari quali POS, RFID, ecc».

Migliore efficienza dell'apparato burocratico

«Sul fronte delle relazioni con le parti sociali non ci sono particolari novità. Sono attualmente in corso le trattative per

il rinnovo della sola parte economica del contratto di lavoro (la parte normativa scadrà il 30 giugno 2009).

Da parte nostra è stato proposto un aumento proporzionato al tasso d'inflazione, ma il sindacato chiede il doppio. Poiché il governo ha recentemente accettato questa prassi per i dipendenti pubblici, sarà ben difficile portare a buon fine la trattativa sulla base della nostra offerta.

E' indispensabile una tassazione più leggera accompagnata da una semplificazione degli adempimenti. Riteniamo, ad esempio, che una riduzione degli incentivi all'industria potrebbe compensare, senza oneri per lo stato, una drastica riduzione del carico fiscale gravante sulle imprese. Gli incentivi sono infatti congegnati in modo da favorire i grandi gruppi quando non bacini elettorali o clientele politiche. La riduzione delle tasse andrebbe invece a favorire la totalità delle imprese che poi

potranno meglio decidere come impiegare le risorse così ottenute.

E' anche fortemente auspicabile che, vengano impedito azioni a livello regionale che favoriscano le industrie locali provocando evidenti, serie distorsioni nel mercato. Vi è la necessità di ottenere una maggiore correttezza nei pagamenti da parte degli enti pubblici. Infine chiediamo all'apparato politico - istituzionale una maggior chiarezza nella stesura delle leggi, unitamente alla tempestività nella loro emissione e ad una migliorata efficienza dell'apparato burocratico statale».

Più investimenti in nuovi mercati

«Le priorità di lavoro per il futuro si possono riassumere in una riconversione di alcune lavorazioni puntando su nuovi prodotti. Ciò comporterà nuovi investimenti accompagnati da un'approfondita azione di aggiornamento professionale e di ricerca di nuovi mercati».

NEO Tech

www.neotechitaly.com

Raffrescamento:

- Capannoni industriali
- Magazzini industriali
- Industrie meccaniche
- Cantieri edili
- Autosaloni
- Ristoranti, bar e discoteche
- Piscine e centri ricreativi
- Stalle e allevamento animali
- Maneggi

Umidificazione

- Cantine vinicole
- Industrie tessili
- Industrie cartarie e tipografie
- Industrie lavorazione legno
- Florovivaistica
- Serre

NEOTECH s.r.l.

Via A. Martini 8/10 20092 Cinisello B. (MI)
Tel. 0266011851 Fax 0266015092
Email: info@neotechitaly.com

- 1 Rispetto allo scenario di mercato in cui operano le imprese di settore, quali sono i punti critici e le opportunità di crescita?
- 2 Quali sono invece i problemi aperti sul fronte delle relazioni con le parti sociali e le rivendicazioni più importanti nei confronti del sistema politico-istituzionale?
- 3 Quali sono le priorità del programma di lavoro della sua categoria?

GIOVANNI ANSELMI - Presidente UNIMATICA Milano

«La maggior parte di aziende appartenenti al settore IT risiede nella dimensione strutturale troppo piccola per poter affrontare scenari difficili. Gare in cui la soglia di accesso è troppo alta, poca ricerca e sviluppo unita alla difficoltà di cooperazione fra le stesse aziende rendono lo scenario complesso. Una buona opportunità di crescita la potrebbe fornire il mercato manifatturiero che per competere a livello globale necessita sempre più di servizi innovativi ed integrati da infrastrutture avanzate nelle quali il nostro settore potrebbe essere coinvolto maggiormente fin dalla progettazione del prodotto. La possibilità di contribuire al sistema pmi si basa sulla conoscenza distribuita; l'infrastruttura costituita da internet e la sua pervasività favoriscono in modo particolare il nostro settore per l'allargamento del mercato e per la possibilità di offrire nuove soluzioni e servizi. L'importante è conoscere preventivamente i desiderata su cui sviluppare nuove proposte».

La IT come settore strategico

«Con le parti sociali ad oggi, in quanto detentori di un contratto collettivo di lavoro in rinnovo per la parte economica, non rilevo criticità. Una rivendicazione invece l'abbiamo in merito all'abolizione di "contesti" anticompetitivi per l'attuazione di un reale processo di

liberalizzazione; mi riferisco in particolare alle commesse che la PA gestisce in house o tramite società controllate. Non guasterebbe inoltre ottenere il riconoscimento che l'IT è settore strategico a se stante».

Fare rete per competere

«La priorità di lavoro della categoria è sviluppare un modello di «impresa a rete», forma di aggregazione vincente sia per competere, sia per ottenere quei finanziamenti necessari alla realizzazione di progetti strategici. Realizzare alleanze strategiche con le università e con gli istituti di ricerca è l'imperativo categorico del mio mandato. Ad oggi ho già coinvolto il professor Giovanni Degli Antoni, ordinario del dipartimento di Tecnologia dell'Informazione dell'università degli Studi di Milano in un progetto pilota che spero ci fornisca un modello di cooperazione attraverso il quale poter far interagire le nostre imprese. Sarebbe auspicabile, infine, favorire il processo di internazionalizzazione attivando partnership in aree del mondo a vocazione innovativa come l'India, magari attraverso una missione imprenditoriale specifica e mai realizzata nel nostro settore specifico. Concludo ricordando che utilizzando il FAPI possiamo inoltre attivare percorsi di specializzazione e formazione continua per le nostre aziende a costo zero».

Giovanni Anselmi

Laureato in Giurisprudenza - imprenditore di prima generazione. Dal 1989 al 2001 fonda 3 società connesse alla formazione, all'informatica ed all'editoria: Didasco a.i.m. srl, Didasco Web srl e Didasco Comunicazione srl. Inoltre è editore dell'Annuario ufficiale del sistema italiano per la Qualità.

UNIMATICA - Unione Nazionale piccola e media industria informatica, telematica e affini.



ENRICO LATTUADA - Presidente UNIONCHIMICA Milano

Produzioni «di nicchia» per affrontare la globalizzazione

«Sono stato recentemente a Düsseldorf in occasione della fiera internazionale delle materie plastiche: purtroppo, il livello tecnologico raggiunto, specie nel settore dello stampaggio e della automazione dei processi, è lontanissimo dalle risorse delle piccole aziende che non godono di alcun beneficio fiscale per il reinvestimento degli utili ed il necessario aggiornamento tecnologico. L'unico «rifugio» rimane, al momento, quello dei piccoli numeri e della elevata qualità dei prodotti finiti, cosiddetti «di nicchia», per resistere alla dominante globalizzazione dei grandi numeri. Ma con i piccoli numeri, si sa, non si va molto lontano».

Riduzione fiscale e detrazione degli utili

«E' stata da poco ufficializzata l'ipotesi di piattaforma per il rinnovo del contratto collettivo nazionale Gomma-Plastica, in scadenza a fine anno. Il nostro impegno, nel massimo rispetto dei lavoratori che costituiscono la più importante risorsa di un'azienda, sarà quello di evitare la penalizzazione delle piccole e medie imprese che

rappresentano una realtà assai differente da quella della grande industria.

Le rivendicazioni nei confronti del sistema politico-istituzionale, invece, sono quelle di sempre e da sempre disattese: riduzione della pressione fiscale e possibilità di detrazione degli utili destinati sia all'aggiornamento tecnico, sia alla creazione di luoghi di lavoro sempre più sicuri. Entrambi hanno costi ingenti per le piccole e medie imprese e non godono di alcuna agevolazione, con le conseguenze più deteriori che ne derivano».

Le priorità di lavoro dei prossimi tre anni

«Nell'ambito della nostra categoria, come già sottolineato, per i prossimi anni sarà prioritario un rinnovo del C.C.N.L. vantaggioso per entrambe le parti. Inoltre ci impegneremo ad apportare modifiche alla recente legge delega 123/2007 che appare troppo generalizzata e non tiene conto di variabili importantissime quali i settori produttivi, le dimensioni aziendali, la distribuzione regionale degli infortuni corretta per la densità industriale. Infine la direttiva Reach in materia di utilizzo delle sostanze di natura chimica».

Enrico Lattuada

Medico ed imprenditore, dopo aver esercitato un'attività di tipo clinico e scientifico svolta presso l'Ospedale S. Raffaele di Milano, nel 2005 decide di dedicarsi a tempo pieno alla Lattuada Carlo srl.

UNIONCHIMICA

Unione Nazionale piccola e media industria chimica, materie plastiche, gomma e prodotti affini.





LA VOCE DELLE CATEGORIE

La rete dei settori industriali

- 1 Rispetto allo scenario di mercato in cui operano le imprese di settore, quali sono i punti critici e le opportunità di crescita?
- 2 Quali sono invece i problemi aperti sul fronte delle relazioni con le parti sociali e le rivendicazioni più importanti nei confronti del sistema politico-istituzionale?
- 3 Quali sono le priorità del programma di lavoro della sua categoria?

MARCO NARDI - Presidente UNIONMECCANICA Milano

«Per il settore metalmeccanico i punti critici riguardano l'elevato costo unitario del prodotto a cui si aggiunge un sistema fiscale gravoso. Questi aspetti danneggiano notevolmente la competitività delle aziende del nostro ambito. In questi ultimi anni di crescita vicino allo zero, le aziende della nostra categoria hanno comunque saputo reagire puntando ed investendo in innovazione in senso lato e sulla qualità dei prodotti. Resta ancora grandemente inesplorata l'opportunità legata all'internazionalizzazione soprattutto per sfruttare una caratteristica come quella del Made in Italy, altamente apprezzata all'estero ma scarsamente sostenuta dal nostro sistema paese».

Un sistema fiscale adeguato per una maggiore competitività

«Per quanto concerne i problemi aperti sul fronte delle parti sociali, risulta per noi indispensabile mantenere un tasso di flessibilità coerente con le attuali esigenze del mercato. Altro problema riguarda la necessità di avvicinare sempre più gli incrementi retributivi alla produttività che nel caso delle pmi deve registrarsi a livelli territoriali che possano coincidere anche con la regione. Un sistema fiscale adeguato a mantenere competitivo il comparto manifatturiero dove venga premiato chi investe in impianti e macchinari ed in R&S e anche in manodopera».

Salvaguardare e rilanciare il manifatturiero

«Per i prossimi anni è indispensabile avviare e mantenere un confronto serrato con tutti gli stake holders, siano essi istituzioni, sindacati, mondo politico, al fine di far comprendere che in un paese come il nostro povero di risorse naturali e materie prime, ma con una capacità di trasformazione eccezionale, deve seguire un lungo percorso per colmare il suo gap competitivo e valorizzare le proprie competenze. Quindi in questo cammino va adeguatamente salvaguardato il patrimonio manifatturiero con interventi più coraggiosi che ne possano concretamente dare dei risultati».



Marco Nardi

Nel 1984, non ancora laureato, entra nell'azienda di famiglia "Nardi Elettrodomestici" occupandosi del settore amministrativo. Neanche 10 anni dopo il passaggio generazionale lo vede protagonista, diventando Presidente e Amministratore Delegato e portando all'interno dell'azienda alcuni aspetti del marketing strategico. È vice presidente di Apimilano dal 2004.

UNIONMECCANICA – Unione nazionale della piccola e media industria metalmeccanica.

È la categoria più rappresentativa sul piano politico e numerico. È stata la prima associazione della CONFAPI a stipulare, nel 1966 con FIM-FIOM-UILM, un contratto collettivo nazionale di lavoro.

Salvatore Mastrosimone

Si divide tra l'attività imprenditoriale e quella politica, assumendo varie cariche. Nel 1991 fonda la sua azienda Notteblu srl, che si occupa di produzione e commercializzazione di letti con relativi complementi.

UNITAL - Unione italiana arredi -legno tutela e rappresenta gli interessi delle aziende associate nei settori: legno, sughero, agglomerati del legno, mobile, boschivo e forestale, fabbricazione di manufatti per l'arredamento.



SALVATORE MASTROSIMONE - Presidente UNITAL Milano

Aumentare la qualità del prodotto

«I dati consuntivi del 2008 parlano di un bilancio positivo per il settore legno — arredamento che consolida la fiducia delle imprese per l'anno in corso. Si è trattato comunque di un anno di transizione che, nonostante si sia chiuso con una discreta crescita, si è caratterizzato da un andamento discontinuo con periodi positivi alternati ad altri più stagnanti. L'opportunità di crescita per questo settore passa nella scelta di una forza manifatturiera di qualità visto il fallimento, per la piccola e media impresa, della strada della delocalizzazione e della terziarizzazione. Serve una produzione di qualità attingendo ad una cultura millenaria da noi presente e in altri inesistente. Bisogna tenere in considerazione che aumentare il valore dei prodotti diminuisce l'incidenza del costo del lavoro».

Più riforme per agevolare l'innovazione produttiva

«Da anni lamentiamo l'assenza di ricerca scientifica, carenza negli investimenti delle imprese in ricerca applicata, mancanza di ricerca di base nelle università: manca uno strumento di valore orientato all'innovazione produttiva. Da queste considerazioni, emerge un grido di allarme per le nostre aziende di settore. Troppo a lungo sono state rimandate le riforme di un sistema politico ed economico che non supporta ma frena le imprese. Appaiono fumose le linee tracciate dalla politica sui mali dell'economia e ancora più deboli le soluzioni proposte».

Fare squadra per affrontare le sfide future

«Occorre quindi per l'immediato futuro una mobilitazione di tutte le imprese per riuscire a fare squadra con l'ottica che non basta più seminare il proprio orticello, ma bisogna allargare le proprie conoscenze unite a quelle degli altri cercando di svegliare quegli imprenditori che vivono di inezia senza mai guardare quello che gli sta accanto e trarne delle serie considerazioni».

Aldo Buratti

Come imprenditore tessile comincia a compiere i primi passi nel mondo imprenditoriale collaborando alla conduzione dell'azienda paterna e nel 1995 fonda la BRB srl, società che produce e commercializza accessori per l'abbigliamento.

UNIONTESSILE

Associazione nazionale della piccola e media industria dei settori tessile, abbigliamento, calzature, pelli e cuoio, occhiali, giocattoli, penne e spazzole e lavanderie industriali.

n. 4 • dicembre 2007

api **milano** magazine



ALDO BURATTI - Presidente UNIONTESSILE Milano

Esportare nel mondo il Made in Italy

«La condizione del settore tessile-abbigliamento è problematica. Con la concorrenza asiatica una serie di società ha cominciato ad operare con minor costo di mano d'opera, delocalizzando e realizzando prodotti a basso valore aggiunto. Pertanto è necessario riconvertire tutte le attività andando a ricercare la qualità del prodotto. Questa è la vera opportunità: investire in una produzione di nicchia per sopravvivere alla concorrenza, cercando nuovi mercati e trend propri, esportando nel mondo il Made in Italy».

Internazionalizzazione, innovazione e crescita industriale

«Sul fronte delle relazioni con le parti sociali e il sistema politico- istituzionale la categoria che rappresento mira alla ricerca di una legislazione adatta alle esigenze specifiche di settore, ad una normativa agile e specifica degli interventi e dei finanziamenti, ad un diverso assetto del sistema creditizio, alla definizione dei comparti e delle modalità di intervento pubblico nel settore tessile-abbigliamento e calzature, alla revisione della struttura del costo del lavoro. A questo proposito ritengo che il nostro lavoratore deve poter disporre di una maggior somma di denaro spendibile e questo significa decontribuzione e defiscalizzazione delle ore di straordinario. Bisognerebbe ridurre le ore di permessi e ferie per trasformarle in più salario disponibile per coloro che vogliono mettersi in gioco di più in azienda, creare quindi un sistema

premiante per chi decide di collaborare con l'imprenditore al successo dell'azienda. Le attività su cui intendiamo concentrarci si possono riassumere con internazionalizzazione, innovazione e crescita dimensionale. In Italia abbiamo bisogno di una concreta attività affinché le pmi possano partecipare alle fiere italiane e non solo a quelle estere. Sviluppo dei mercati per quelle aziende che ambiscono a raggiungere, con il proprio prodotto, con il proprio marchio, le aree geografiche che rappresentano le maggiori opportunità di sviluppo commerciale. Cercheremo pertanto di far sì che gli enti e le istituzioni che hanno per scopo la promozione delle nostre imprese all'estero, dimostrino la dovuta attenzione per le problematiche delle pmi dell'abbigliamento. Intendiamo quindi lavorare per individuare linee d'azione condivise, per concentrare le nostre energie verso quei mercati-paese su cui è più opportuno puntare. La politica deve inoltre essere maggiormente attenta alla deducibilità per chi si fa creatore e promotore di collezioni. Per quanto concerne la crescita dimensionale, non esiste a livello locale una forma di incentivazione per creare zone industriali dove le aziende possano crescere. Il costo di mercato dei capannoni è troppo elevato e non corrisponde ad un prezzo di costo reale. Per i prossimi tre anni vorrei creare un consiglio attivo e permanente dove ci sia partecipazione per sviluppare i temi sopracitati».



2SG s.r.l.

Via 1° Maggio, 13 / 15

20050 Ronco Briantino - MI - Italy

tel. 039/607 9061 - Fax 039/607 9008

e-mail: info@2sg.it



"LOUIS" è un operatore controllato elettronicamente di ultima generazione con tecnologia "Closed Loop"; questa tecnologia è lo stato dell'arte nella regolazione e nel controllo degli azionamenti per porte. Per le sue caratteristiche altamente performanti si adatta ad ogni tipo di impianto, sia in ambito di abitativo che industriale. Sebbene fornito con regolazioni standard, è completamente programmabile tramite un tastiera esterna che permette di modificare i parametri principali di regolazione della velocità, dell'accelerazione e della coppia, sia in fase di apertura che in chiusura della porta.

"LOUIS" is a controlled operator electronically of last generation with technology "Closed Loop"; this technology is the state of the art in the regulation and in the control of the drivings for doors. For its performances characteristics highly adapted to every type of Lift. Although delivered with standard regulations, it is completely programmable through an external Programmer that allows to modify the principal parameters of regulation of the speed, acceleration and torque.



Porte automatiche per ascensori e montacarichi 1-2-3-4-6 ante. Centrali telescopiche.

La 2SG si è costituita nel 1975 grazie alle esperienze accumulate nel settore delle porte automatiche. Negli ultimi anni, attenta all'evoluzione del mercato ha puntato il suo obiettivo al miglioramento costante del prodotto attraverso metodologie innovative. Oggi dispone di un prodotto rispondente alle norme EN81-1/2; 95/16/CE ed ai requisiti di COMPATTEZZA e SEMPLICITÀ di INSTALLAZIONE; la gamma di produzione standard, comprende porte automatiche di piano e cabina centrali, telescopiche da 2, 3, 4 e 6 ante.

Automatic 1-2-3-4-6 hinged doors for passenger and freight elevators. Telescopic power units.

2SG s.r.l. was founded in 1975 as a result of the experience acquired in the automatic door sector. Over the last few years, as determined by market evolution, the company has increased its commitment to constantly improve the product using innovative methods. Today, it offers a product in conformity with EN81-1/2; 95/16/CE - which is COMPACT and EASY TO INSTALL. The standard range of products includes 2, 3, 4 and 6 hinged floor and cabin doors with central and telescopic power units.





LA VOCE DELLE CATEGORIE

La rete dei settori industriali

- 1 Rispetto allo scenario di mercato in cui operano le imprese di settore, quali sono i punti critici e le opportunità di crescita?
- 2 Quali sono invece i problemi aperti sul fronte delle relazioni con le parti sociali e le rivendicazioni più importanti nei confronti del sistema politico-istituzionale?
- 3 Quali sono le priorità del programma di lavoro della sua categoria?

SILVANA MORANDO - Presidente APID Milano

«Lo scenario sia nazionale che internazionale vede sempre di più le donne coinvolte in prima persona nella gestione delle imprese; diversamente rispetto al passato sono in aumento le donne al timone di imprese soprattutto di piccole e medie dimensioni che si trovano a dover gestire «a tutto campo» le loro attività, affrontando quotidianamente tutti i vari aspetti che riguardano questo importante ruolo. Oggi le imprese, per poter essere competitive, devono essere guidate da imprenditori attenti a tutte le problematiche che la realtà industriale comporta; ritengo che le donne, oltre ad avere tutte le capacità necessarie ad affrontare i vari ambiti, abbiano un modo coerente e tutto femminile di interagire con le istituzioni e con i collaboratori, creando sia all'interno delle loro imprese che nei confronti delle istituzioni le sinergie necessarie alla realtà del mondo d'oggi. Tra gli scopi del gruppo donne c'è quello di interagire con l'associazione per creare quel modo di «fare impresa» che contraddistingue gli intenti di Apimilano, supportando le imprenditrici con informazioni

e consulenza sempre aggiornate sui vari temi del mondo dell'imprenditoria, e raccogliendo le istanze che le imprese vorranno proporre».

Più voce alle imprese «in rosa»

«Tra gli obiettivi si è individuato soprattutto quello di aumentare la visibilità delle imprenditrici attuando iniziative volte a favorire la valorizzazione della risorsa femminile nell'economia e nella società; si è previsto di organizzare incontri e seminari in relazione ai vari aspetti dell'attività imprenditoriale: si tratteranno i temi finanziario, previdenziale, fiscale, attraverso l'individuazione di sinergie con la CCIAA, la Provincia, la Regione e le istituzioni in genere, oltre ai temi più specificatamente femminili quali la conciliazione lavoro/famiglia, il passaggio generazionale, fino ad arrivare alla pura attività di incontro a carattere culturale e perché no, ludico. Sono allo studio inoltre agevolazioni «al femminile» per ciò che riguarda convenzioni anche finanziarie ed assicurative, e quanto altro possa aiutare ed interessare le imprenditrici nella loro attività di donne d'impresa».

Silvana Morando

Amministratore della A. MORANDO s.a.s., azienda che si occupa della progettazione e realizzazione di ambienti a contaminazione controllata. Da giugno 2007 è presidente di Apid Milano, il gruppo donne di Apimilano e membro del Comitato per l'Imprenditoria Femminile della Camera di Commercio di Milano, in rappresentanza dell'associazione. Apid Milano è stato costituito nel 2006.



Federico Terraneo

Laureato in Ingegneria Gestionale nel 1996. Decide di fondare assieme al padre un'azienda operante nel campo della logistica industriale conto terzi: da qui il nome NEOlogistica. Si occupa principalmente della gestione dell'innovazione tecnologica e dello studio ed implementazione della crescita del gruppo. Il Gruppo Giovani Imprenditori Apimilano è stato costituito nel giugno 2007.



FEDERICO TERRANEO - Presidente GRUPPO GIOVANI Milano

Il problema del ricambio generazionale

«Per noi che rappresentiamo la seconda o terza generazione, i punti critici riguardano principalmente il cambio generazionale. E' una fortuna avere la possibilità di continuare la strada imprenditoriale intrapresa da qualcuno prima di noi. E' però spesso difficile entrare in azienda, farsi apprezzare, crescere ed alla fine sostituire chi magari ha creato l'azienda dal nulla. E' importante capire la fase in cui si sta vivendo ed essere consapevoli di come muoversi per ottenere il meglio dal gruppo famiglia-impresa.

Le opportunità sono legate alla formazione e alla propria crescita professionale. Il mondo odierno permette di ottenere un'infinità di informazioni. E' compito dei giovani muoversi e capire come sta evolvendo il mondo per innovare e competere anche su mercati globali».

Nuove leggi per competere globalmente

«Dobbiamo capire e far capire che il mondo in futuro sarà sempre più precario sia per le aziende che per chi vi lavora. La velocità con

cui avvengono i cambiamenti è sempre più frenetica, le conoscenze invecchiano in pochi anni. Non possiamo continuare a scontrarci con le nostre regole che al contrario vorrebbero garantire posizioni acquisite non più sostenibili. L'obiettivo degli imprenditori è di creare opportunità di lavoro che possano competere ad armi pari con il resto del mondo. Penso che l'Italia abbia tutte le carte in regola per crescere e competere globalmente, ma solo con il cambiamento di alcune regole ormai obsolete».

Confrontarsi per crescere

«Obiettivo principale per il futuro è quello di creare un gruppo di «giovani imprenditori amici» accomunati dalla passione per l'imprenditoria che possano crescere e aiutare l'associazione nei prossimi anni. Il gruppo è il punto di partenza per uscire dall'azienda, conoscere le esperienze di ciascuno dei partecipanti per poi poterle utilizzare nel proprio settore e stimolare il confronto per risolvere i problemi e per migliorare la nostra visione del futuro».



Grazie a Cisco, comunicare non è mai stato così semplice!

Prenota subito un assessment della tua rete con Project Informatica e scopri i vantaggi delle soluzioni Cisco Unified Communications per il tuo business.

Vuoi comunicazioni più efficaci e tempestive? Adotta subito le soluzioni Cisco UCI

Project Informatica, Cisco Premier Partner, ti offre un **assessment di rete gratuito** per individuare le soluzioni Cisco UC che meglio si adattano alla tua realtà aziendale apportandoti i massimi benefici.

Con una consolidata esperienza nel settore delle soluzioni voce, Project Informatica, in collaborazione con Cisco, elabora **progetti IT personalizzati sulle esigenze di ogni singola azienda** per integrare voce, dati e video e consentire una comunicazione efficiente, unificata e innovativa.

Inoltre, con **Easy Lease**, il programma di finanziamento flessibile offerto da **Cisco Capital**, hai la possibilità di acquistare i prodotti Unified Communications di Cisco a condizioni economiche molto vantaggiose!

Per prenotare l'**assessment gratuito della tua rete** o per avere ulteriori approfondimenti sulle soluzioni Cisco, contatta Project Informatica al numero **035/2050377** o all'indirizzo **maria Grazia Nicotra@project.it**, facendo riferimento a questa pagina pubblicitaria in modo da poter usufruire delle condizioni di miglior favore riservate agli associati di Apimilano.



Energia e ambiente facce di una stessa medaglia

Energie rinnovabili, risparmio energetico, cambiamento climatico, ecoefficienza. Grazie all'evoluzione scientifica e tecnologica è oggi possibile raggiungere gradi di efficienza nell'uso di energia e materia che moltiplicano per quattro, per dieci volte ed oltre, il rendimento di impianti e processi produttivi a parità di prodotto

Sempre più ampio e centrale risulta negli ultimi anni il dibattito in merito allo sviluppo sostenibile che passa attraverso una riorganizzazione dei cicli produttivi attualmente utilizzati nei paesi industrializzati e cambiamenti sociali basati sulla revisione dei modelli di consumo per mezzo di un utilizzo consapevole delle risorse disponibili (acqua, energia elettrica, combustibili, ecc...) e su una crescente domanda di prodotti «ecologici». Tutto questo per riuscire a ridurre quantitativi e tipi di materiali richiesti utilizzati per ogni singolo prodotto; ridurre l'energia necessaria sia durante la fabbricazione che durante l'utilizzazione dello stesso; utilizzare materiali riciclabili o biodegradabili o di scarto da altri cicli ed infine scegliere fonti energetiche rinnovabili e poco inquinanti.

In tale direzione si stanno muovendo diversi soggetti coinvolti che vanno dai governi sovranazionali e nazionali - i quali operano attraverso normative e legislazioni in materia - ad associazioni governative incaricate del rilascio di ecolabel (o etichette ecologiche) per prodotti che rispettino l'ambiente (a tale proposito ricordiamo la predisposizione anche per l'Italia della possibilità di certificazione ISO 14000), ad associazioni ambientaliste che sensibilizzano l'opinione pubblica su specifici problemi emersi, alle aziende stesse che utilizzano il rispetto dell'ambiente come fattore di distinzione qualitativa dai concorrenti.



poche centinaia le
imprese lombarde
che operano nel
settore energetico
e implementano un
sistema di gestione
ambientale



Una politica energetica per Milano e la Lombardia

È noto come sia forte l'impatto del sistema ambientale ed energetico sul sistema economico lombardo. I costi attuali sono molto elevati, la struttura del sistema ambiente ed energia è esposta ai continui rialzi dei costi di petrolio, gas e carbone, la politica del governo italiano ed iniziative della U.E. non riesce ad esprimere progetti operativi di intervento nella direzione del sostenibile. Altri Paesi sono molto attivi ed hanno già realizzato significativi passi nella direzione di sostenere attivamente la ricerca e lo sviluppo di soluzioni realmente alternative a quelle delle sole fonti fossili. Esiste una buona disponibilità di capitali di rischio orientati a sostenere investimenti in questa area. Le tecnologie sono ormai consolidate e disponibili, talvolta già diffuse a livello di libero mercato. La Regione Lombardia sta tra l'altro predisponendo l'aggiornamento del Programma Energetico Regionale, già approvato nel 2003, come strumento operativo.

Le principali linee di indirizzo che il Programma Energetico Ambientale Regionale si pone riguardano il raggiungimento degli obiettivi del protocollo di Kyoto, la riduzione dei consumi energetici negli usi finali, secondo la direttiva 2006/36 e misure atte a migliorare il sistema energetico lombardo, tutela utenze, sviluppo imprenditoriale etc...

per i progettisti, produttori e fornitori di soluzioni impiantistiche e tecnologiche in materia ambientale il mercato milanese offre quindi opportunità considerevoli

L'ecosostenibilità nelle pmi

Nel nuovo sistema competitivo ed in presenza di differenti legislazioni ambientali nel contesto europeo e mondiale, l'ambiente sta diventando sempre più una variabile strategica o comunque un elemento da non trascurare per non compromettere la sopravvivenza di lungo periodo dell'impresa. L'atteggiamento dei diversi imprenditori per queste tematiche è sicuramente legato alla destinazione dei beni prodotti e dunque al grado di sviluppo dei mercati verdi oggi non più limitati ai soli beni finali, ma relativi anche ai beni intermedi per i quali i clienti - soprattutto se rappresentati da grandi imprese - richiedono requisiti di rispetto ambientale. Attualmente comunque, a causa della scarsa diffusione del fenomeno descritto e delle limitate risorse disponibili per le piccole imprese a fronte dei forti investimenti necessari per la riorganizzazione produttiva, l'atteggiamento delle pmi è ancora di limitata attenzione.



Energia e ambiente facce di una stessa medaglia

Maurizio Rota Sperti

IDP Sistemi Snc (Milano)

Telecontrollo e telelettura a basso impatto e costo



IDP Sistemi è una solution provider focalizzata sulle tecnologie Radio Frequency Identification (RFID). Costituita nel 2006 da imprenditori con decennale esperienza nel campo della Information and Communication technology, la società ha investito i primi mesi di attività nella ricerca, consolidando le proprie conoscenze nei protocolli di lettura e di trasmissione dati nei vari settori merceologici

IDP Sistemi Snc ha recentemente presentato e installato per la prima volta a Milano una soluzione innovativa per la telelettura dei contatori gas e acqua. Il sistema è basato su trasponder RFID UHF alimentati a batteria e cella solare con un'autonomia di 6 anni. Questi trasponder, sono appositamente progettati per la telelettura dei dati e il telecontrollo di contatori, per la rilevazione dati dei medesimi e per il controllo di eventi con sensori. Ne parliamo con uno dei titolari, **Maurizio Rota Sperti**.



Come è nata questa idea imprenditoriale?

«L'azienda è nata dopo una lunga esperienza fatta nell'ambito della tracciabilità di prodotto in campo industriale ed in modo particolare nel settore idrico. Grazie alla collaborazione del mio socio, l'ingegnere **Petrit Misa**, che ha lavorato per diversi anni negli Stati Uniti dove questo servizio è molto in uso, siamo riusciti a sviluppare nuovi progetti presso aziende nel settore di comunicazione radio, per servizi ad enti pubblici e comunali».

Come funziona il sistema di controllo telelettura?

«Il portale IDPWEB permette il telecontrollo da internet dei concentratori, mantenendo bassi i costi di gestione. Attraverso il software è possibile parametrizzare i trasponder, scaricare in automatico le teleletture, visualizzare dati storici in forma grafica o tabellare. Il software si occupa di inoltrare via e-mail o sms eventuali allarmi provenienti dai trasponder agli addetti alla manutenzione, controllare in automatico l'arrivo effettivo delle teleletture e segnalare eventuali anomalie, inviare periodicamente report sullo stato del sistema agli amministratori. L'applicativo permette, inoltre, di esportare i dati acquisiti in formati standard (Access-Excel) per la successiva elaborazione con i software di contabilità aziendali».

Vi servite di batteria a cella solare, perchè questa scelta?

«Il sistema della telelettura e telecontrollo proposto funziona con batterie e celle solari, questo per rendere autonomo ed assicurare un servizio con una durata molto lunga senza intervento di manutenzione energetico. Dal punto di vista ambientale non comporta assolutamente problemi d'inquinamento elettromagnetico in quanto utilizza la normativa standard EN 300 220 per comunicazioni radio della banda ISM (Industrial, Scientific and Medical)».



ipp
Sistemi
the RFID company



Questo impianto innovativo dove può trovare la sua applicazione?

«Il sistema di controllo dei contatori acqua ad alta sicurezza trova applicazione in strutture ed ambienti che richiedono un elevato livello di protezione di apparati che contengono dati sensibili che potrebbero subire intrusioni, manomissioni ed operazioni fraudolente attraverso l'accesso di persone non autorizzate. In ambienti privati, in cui spesso risulta problematico e costoso rilevare dati senza l'accesso diretto dell'operatore sul luogo di rilevazione».

In Italia siete leader in questo settore, anche all'estero?

«Nel mercato italiano non conosciamo società che offrono il medesimo servizio per la rilevazione, mentre in America ed in Europa (vedi Francia – Inghilterra – Germania) sono da anni all'utilizzo dell'utenza

finale. I nostri maggiori competitors sono infatti SiemensSappel e Schulmberger».

Cosa rende la sua un'azienda di successo?

«Chiave di successo dell'azienda sono sicuramente la progettazione, la produzione ed il collaudo di un sistema completo che offra una garanzia del servizio con le nuove tecnologie di comunicazione radio».

e per quanto riguarda le criticità...

«Oggi in Italia non si è ancora sviluppato un servizio automatico capace di gestire il consumo e la situazione delle reti di acqua, gas e riscaldamento in tempo reale. Questo soprattutto perché non è stato favorito dalla legislazione politico istituzionale, in quanto mancava la liberalizzazione delle bande delle frequenze per uso industriale, come la Banda 866MHz o WiMax».





Energia e ambiente facce di una stessa medaglia

Pietro Pacetti

VLM Spa (Buccinasco)

Una luce sul futuro

VLM S.p.A., azienda leader nel settore dei componenti elettrici ed elettronici per l'illuminazione con sede a Buccinasco, opera esportando in 87 Paesi direttamente o tramite le sue 12 società collegate, dislocate in Europa, Asia, Africa e America



Fin dal 1945 è impegnata nello sviluppo, produzione e commercializzazione di prodotti di elevato standard qualitativo sia per il mercato degli «apparecchi di illuminazione domestici e industriali» sia per il mercato dei «prodotti consumer per la grande distribuzione». Ora il futuro della società è strettamente dipendente dall'attività di ricerca & sviluppo: con investimenti significativi negli ultimi tre anni ha raggiunto importanti traguardi nell'innovazione di prodotto e nella razionalizzazione dei processi di produzione. Ne discutiamo con l'amministratore delegato Pietro Pacetti.

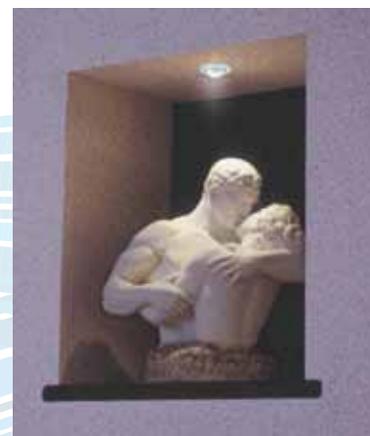
Quando, e grazie a quale innovativo prodotto, VLM è riuscita a raggiungere una posizione di leadership sul mercato globale?

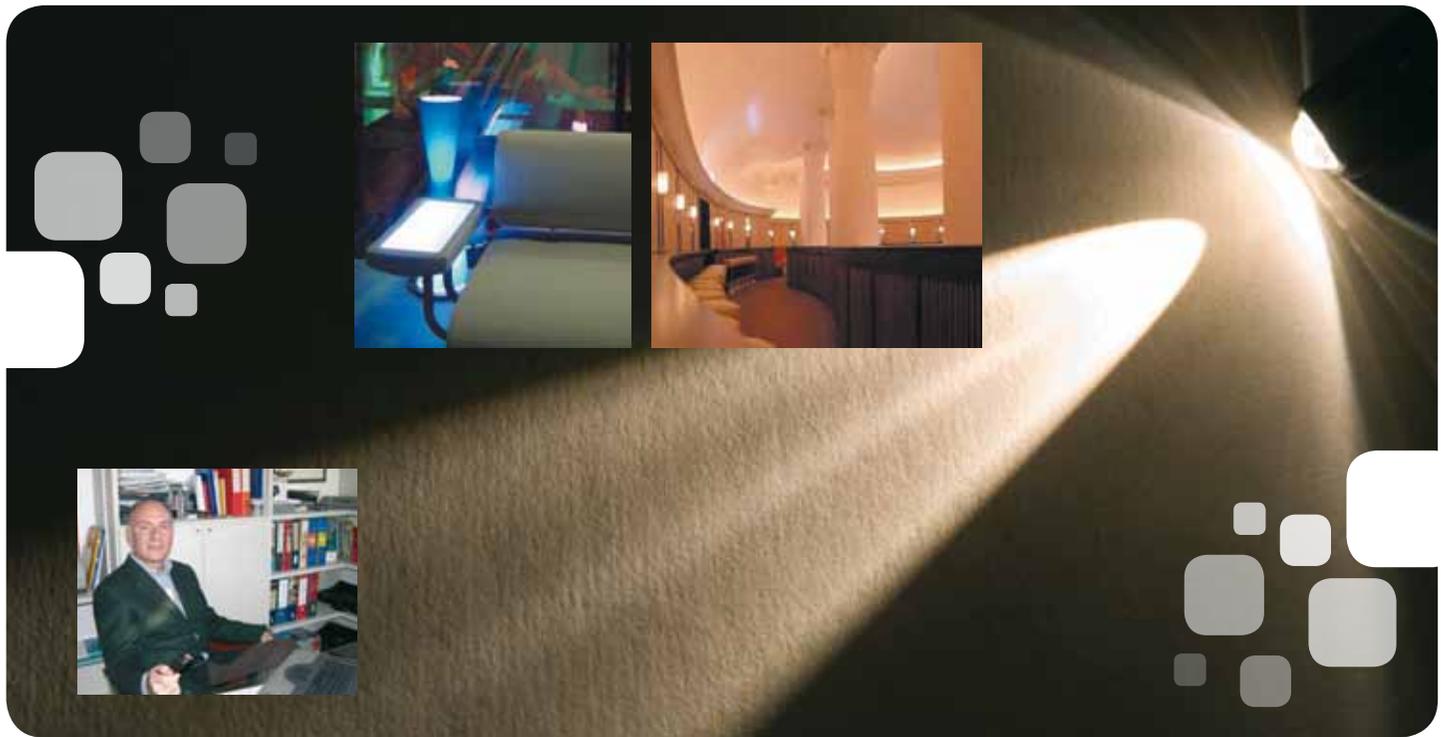
«La nostra produzione tradizionale è sempre stata la componentistica per il corpo illuminante di tipo decorativo. Alla fine degli anni '90, con l'invenzione del LED color bianco (prima erano solo gialli, rossi, verdi e blu), la svolta. Inizialmente erano solo piccoli LED da 0.18 Watt ciascuno, assolutamente inadatti a far luce, ma che abbinati insieme davano una resa altamente decorativa. Entrammo nel settore, certi comunque che ci sarebbero stati rapidi sviluppi nella potenza, nella resa cromatica e nella affidabilità.

Così è effettivamente stato, e noi, grazie agli ottimi rapporti di collaborazione con i produttori di LED - Osram e Lumileds (Philips) in particolare - abbiamo potuto seguire lo sviluppo da molto vicino offrendo ai nostri clienti soluzioni illuminanti sempre più interessanti. Oggi la potenza di un LED può arrivare a 3 watt - equivalente ad una lampada alogena da 10 Watt e ad una lampada incandescente da 40-60 W - ma sono già in fase di lancio potenze maggiori (5 watt e oltre)».

Quali sono i vantaggi dell'utilizzo dei LED e quali possono essere gli sviluppi futuri?

«Come si intuisce, gli sviluppi sono notevoli soprattutto se si pensa alla necessità di risparmio energetico che coinvolge tutti, compresi i grandi produttori di sorgenti luminose. Questi ultimi hanno tra l'altro grande interesse a sviluppare il LED che trova il suo utilizzo non solo nel campo dell'illuminazione vera e propria, ma anche nell'automobile (interni e luci di posizione e di freno), nella segnalazione di emergenza, nella cartellonistica e nella segnalazione stradale. In questi ultimi due casi abbinati a pannelli solari offrono la possibilità di costruire elementi funzionanti singoli che non necessitano di essere alimentati dalla rete con fortissimi risparmi nell'impiantistica. Inoltre la loro affidabilità fa sì che i costi di manutenzione siano estremamente ridotti. Quindi numerosi campi d'applicazione invogliano i produttori a forti sviluppi nella ricerca. Peraltro con il salire delle potenze i LED di potenza inferiore costano sempre di meno; in pratica si assiste in questo campo a quanto avviene per i telefoni cellulari, in continuo sviluppo tecnologico con forte riduzione dei prezzi. Fenomeno tipico del settore elettronico, di cui il LED fa parte in quanto luce "elettronica"».





Risparmio energetico e basso impatto ambientale, quanto sono importanti per la vostra politica aziendale?

«Direi che è una strada obbligata che abbiamo già intrapreso da tempo, certi che l'illuminazione ci sarà sempre, ma che dovrà giocare forza evolvere in termini di risparmio energetico. E allora è meglio precorrere i tempi».

Per raggiungere tutti questi risultati e rimanere competitivi nel vostro settore, immagino servano forti investimenti in innovazione tecnologica e in capitale umano, è corretto?

«Certamente, altrimenti verremmo presto raggiunti e superati. I LED sono prodotti elettronici, e l'elettronica è sempre in continuo rapido sviluppo e non consente ai players di perdere colpi. Aggiungiamo anche che è indispensabile una attività di training della clientela stessa e la realizzazione di programmi illuminotecnici adeguati man mano ai nuovi prodotti che consentano all'installatore impianti adatti alle effettive necessità di illuminazione degli ambienti».

E chi sono i vostri clienti e in quali i settori avete più commercio?

«I nostri maggiori clienti sono i fabbricanti di corpi illuminanti e gli impiantisti. I maggiori consumatori di impianti nuovi di illuminazione sono i negozi, i locali pubblici, le grandi aree espositive che statisticamente si rinnovano ogni 5-6 anni».

Siete leader in Italia nel vostro settore?

«Sì, in particolare siamo riusciti a suscitare un

grosso interesse e una forte credibilità che abbiamo sviluppato abbinando a produzioni di serie molte soluzioni studiate e realizzate in stretta collaborazione con il cliente. Questa forte credibilità non è solo italiana ma anche europea, grazie all'intenso lavoro svolto dalle nostre filiali».

E chi sono i vostri maggiori competitors?

«Ormai tanti si sono avventurati in questo settore, ma il vantaggio tecnologico e competitivo che siamo riusciti a costruirci quando inizialmente eravamo soli, ci mette in una posizione di grande vantaggio. Tra l'altro, trattandosi di un prodotto costoso, altamente tecnologico, spesso realizzato in collaborazione con i clienti, la concorrenza asiatica è praticamente assente e lo sarà anche nel prossimo futuro. Gli impiantisti stessi preferiscono dialogare con un'impresa facilmente raggiungibile e comunque non nutrono particolare fiducia nel prodotto asiatico di basso prezzo proprio perché hanno bisogno di grande affidabilità. E d'altra parte il prezzo poi lo paga il cliente finale».

Per concludere punti di forza della vostra attività e criticità.

«I punti di forza credo di averli man mano elencati. Quanto alla criticità, per mantenere la posizione acquisita dobbiamo seguire in modo costante senza interruzioni lo sviluppo del settore. E non sempre è facile e non solo dal punto di vista economico. Serve un capitale umano adeguato ai rapidi sviluppi e non sempre questo è di facile reperibilità».



Antiriciclaggio: la normativa in pillole

Tra le diverse problematiche che gravano sull'imprenditore vi è anche la questione del riciclaggio. Dopo una elementare definizione di cosa si intende per riciclaggio, si rende necessaria una panoramica sulla casistica che potrebbe interessare l'imprenditore e i suoi collaboratori

Dopo la promulgazione del decreto Ministeriale n° 141 del 3/2/2006, molto si è detto e molto si è scritto sulla normativa "Antiriciclaggio", ma sempre avendo riguardo alle problematiche con le quali la nuova disciplina ha investito i professionisti (Notai, Avvocati, Commercialisti, Ragionieri ...) tenuti alla segnalazione delle operazioni considerate sospette. Poco o nulla, invece, si è detto dei riflessi sulle imprese o, meglio, sugli imprenditori o, addirittura, sugli operativi delle aziende, quindi impiegati, dirigenti ecc... Sì, perché l'essenziale lessico del legislatore, non sempre riesce a distinguere tra chi esegue e chi decide, tra chi è consapevole e chi, per le circostanze, per il ruolo o per la posizione che occupa, può non esserlo.

IL RICICLAGGIO

Il reato di riciclaggio è stato introdotto nel nostro ordinamento nel 1979, quando al Codice Penale è stato aggiunto l'art. 648 bis. Successivamente, nel 1990, il legislatore ha ridisegnato l'art. 648 bis aggiungendo il 648 ter., titolandolo «impiego di denaro, beni o utilità di provenienza illecita». Attualmente l'articolo 648 bis così recita: «Fuori dei casi di concorso nel reato, chiunque sostituisce o trasferisce denaro, beni o altre utilità provenienti da delitto non colposo, ovvero compie in relazione ad essi altre operazioni, in modo da ostacolare l'identificazione della loro provenienza delittuosa, è punito con la reclusione da 4 a 12 anni e con la multa da \square .1.032 a \square 15.493. La pena è aumentata quando il fatto è commesso nell'esercizio di una attività professionale. La pena è diminuita se il denaro, i beni o le altre utilità provengono da delitto per il quale è stabilita la pena della reclusione inferiore nel massimo a cinque anni». Una volta tracciata la fattispecie del reato, riportiamo la casistica che con maggiori probabilità potrebbe vedere l'imprenditore oggetto di segnalazione.



Prelievi di cassa

E' abbastanza invalso nel costume dell'amministratore di una società di capitali italiana, anche quando amministratore unico e anche quando unico socio, di effettuare **prelievi dalla cassa sociale** per una destinazione di spesa personale, non contabilizzando l'operazione o al massimo considerando il prelievo «sospeso di cassa». Per la legge questa operazione può ricondursi alla fattispecie di **appropriazione indebita** (art. 646 c.p.), se poi l'amministratore passasse la somma alla segretaria per un acquisto svincolato dalla attività della società, si perfezionerebbe il reato di **riciclaggio** da parte della segretaria (se consapevole della provenienza del denaro) e conseguentemente l'obbligo per l'eventuale professionista che ne venisse a conoscenza, di segnalare l'operazione (ricordiamo che è una segnalazione, non una denuncia).

L'APPROPRIAZIONE INDEBITA

A questo punto è forse necessario dare qualche notizia in più sul reato di riciclaggio, introducendo il concetto di reato presupposto cioè quello che sta a monte del riciclaggio e che nell'esempio che precede era l'**appropriazione indebita**. Per la legge italiana infatti si perfeziona il riciclaggio, per il momento, solo se esiste il reato presupposto e se a commetterlo è altra persona. Rifacendoci al caso precedente, se l'amministratore avesse effettuato la spesa personalmente, avrebbe sempre commesso il reato di appropriazione indebita, ma nessuno quello di riciclaggio.

Adesso possiamo proseguire con gli esempi, passando ad un caso ancor più scioccante, quello dell'omesso versamento di IVA. Un imprenditore, sempre di società di capitali, impegnato nell'acquisto dell'abitazione per il figlio, con la sua società contemporaneamente impegnata in una vendita per un importo rilevante e con conseguente rilevante debito di IVA verso l'erario. Il cliente non paga, l'IVA giunge a scadenza contemporaneamente all'impegno di

acquisto della casa, l'imprenditore decide di onorare l'impegno verso il venditore della casa utilizzando il denaro della società per darlo al figlio e non pagando l'IVA. Risultato, reato di omesso versamento Iva (art. 10 ter D.Lgs 74/2000) per l'imprenditore, di riciclaggio per il figlio e, per il notaio, se a conoscenza della cosa, obbligo di segnalazione.

Ci rendiamo conto che a questo punto il lettore terrà la rivista formando le corna con la mano ed il suo umore ne avrà sofferto. Qualcuno sarà sbottato con un: «Eh, ma che menagramo ..!» Qualche colto: «Eh .., summum ius, summa iniuria!» e avrebbe ragione, perché molto spesso la fredda applicazione della legge genera ingiustizie. Questa vuole anche essere l'occasione per segnalarle. Vedremo di non esasperare le coincidenze negative nel resto della casistica, tuttavia, avendo premesso che per il concretizzarsi del riciclaggio è necessario un reato presupposto a monte, è inevitabile che i casi siano sempre, in una qualche misura, drammatici.

Omessa fatturazione

Un artigiano non emette fatture a clienti per importi superiori alle soglie di cui all'art. 3 D.Lgs 74/2000 e di conseguenza dichiara un reddito inferiore. Il denaro «in nero» viene di volta in volta passato al contabile perché lo usi per pagare «in nero», suoi fornitori o per altri scopi. Il corrispettivo, superiore a €12.500, viene poi passato dal commerciante al suo contabile per un pagamento «in nero».

Anche qui due reati: **dichiarazione fraudolenta** per l'artigiano e **riciclaggio** per il contabile consapevole. Inutile dire che per dimostrare la non consapevolezza si deve comunque mettere in conto alcuni mesi o anni ... sui carboni.

Reimpiego

Molto ampia la casistica che coinvolge il valutario: imprenditore con socio estero (o estero-vestito) che procede ad un aumento di capitale o ad un finanziamento della società con fondi originati da evasione fiscale o altro, nel primo caso commette reato di **reimpiego** (art. 648 ter c.p.) nel secondo di **riciclaggio**. Analoga cosa se l'origine è il «transfer pricing», cioè quando si sottofatturano le esportazioni o si sovrapprezzano le importazioni ed i proventi vengono reimpiati nella società.

LO SCUDO

Per rimanere sull'estero, chiudiamo con lo «**scudo**», cioè la legge che ha sanato la reimportazione dei capitali illegalmente fuorusciti. Anche in questo caso l'utilizzo di capitali originati da evasione fiscale o altro, successivamente rientrati grazie allo «scudo», se utilizzati per un aumento di capitale configurano la fattispecie del reimpiego anche se il reato presupposto è estinto per prescrizione e questo per effetto dell'art. 170 c.p. che recita: «Quando un reato è il

presupposto di un altro reato, la causa che lo estingue non si estende all'altro reato».

Può sembrare che si sia voluto fare del terrorismo o dell'allarmismo. Niente di tutto questo, ma, tenuto conto che la casistica è potenzialmente vastissima, si è voluto invitare a comportamenti più riflessivi, rispetto al passato, nell'ambito della quotidiana attività imprenditoriale e, soprattutto, suggerire di consultare sempre, nel dubbio, i propri professionisti.



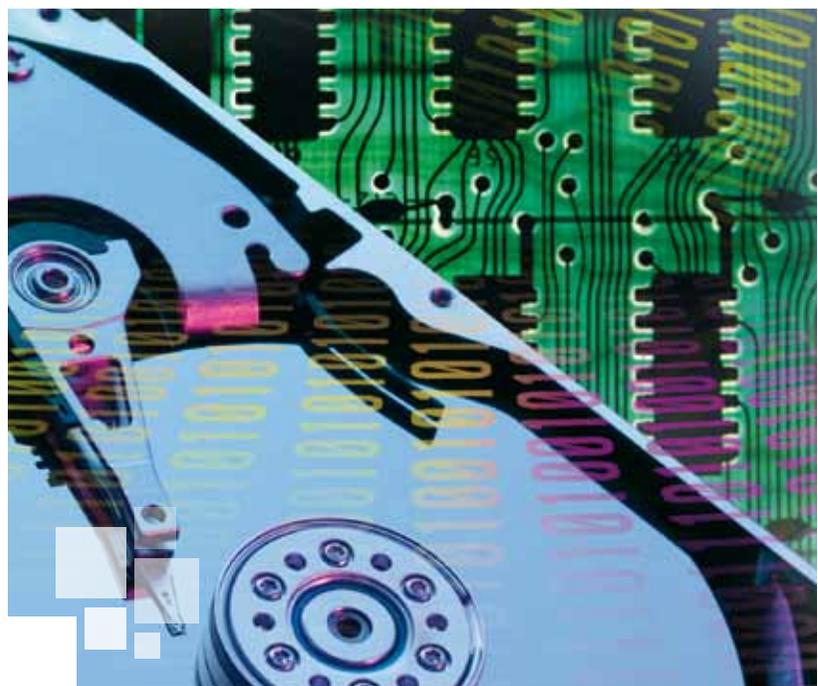
GINCO: un nuovo modello di formazione

Apilombarda e Fapi hanno promosso con Regione Lombardia il modello GINCO, un database per una formazione continua più efficace, che registra sia le competenze presenti sul territorio sia le richieste espresse dalle aziende

Fare formazione è ormai opinione diffusa e accettata, anche tra molti imprenditori. Nelle moltissime aziende di dimensione piccola o media manca però una solida cultura della formazione che si suppone invece essere presente nella maggior parte delle grandi imprese. Nella pratica, la realtà si può ricondurre sommariamente a una differente declinazione del concetto di formazione che ha connotato storicamente le aziende piccole e medie da quelle grandi, differenziandole. Nella piccola e media industria la formazione è stata tradizionalmente interpretata come una trasmissione intergenerazionale di saperi, ovvero un lungo processo attraverso il quale il giovane entrava in azienda come garzone o apprendista e poco a poco imparava un mestiere, cogliendone tutte le sfumature attraverso il costante contatto diretto coi lavoratori più anziani. Questo processo di apprendimento tuttavia non coinvolgeva soltanto aspetti strettamente tecnici, ma anche relazionali, emotivi e valoriali. L'avvio al lavoro era spesso molto precoce e sul posto di lavoro si compiva anche una parte importante del percorso di crescita personale delle persone, possibile in un mondo in cui le imprese erano strettamente legate al territorio, esprimendone i valori e la mentalità in un continuum che andava dalle famiglie, ai luoghi di lavoro, alle opportunità di svago.

L'evoluzione dei mercati e i cambiamenti di contesto hanno modificato pesantemente lo scenario di riferimento in cui operano le pmi, ponendole di fronte a sfide nuove e molto differenti rispetto al passato e imponendo di fatto un ripensamento non solo della tipologia e natura dei processi formativi, ma di tutto il complesso dei rapporti di interdipendenza che legano l'azienda ai propri lavoratori. Internazionalizzazione; aumento della complessità dei mercati, incremento tecnologico; sono solo alcuni dei cambiamenti occorsi che stanno mutando il volto della pmi. I rischi e le opportunità si presentano spesso all'improvviso, richiedendo flessibilità, creatività, adattabilità, capacità di ideare e realizzare in tempi brevissimi soluzioni innovative.

Per l'azienda questo significa essere in grado di identificare volta per volta con precisione e rapidità le necessità intellettuali richieste, confrontarle con le potenzialità intellettuali presenti in azienda e agire nel più breve tempo possibile per colmare le eventuali lacune, mediante una formazione speci-



fica o attingendo al mercato del lavoro o della consulenza.

Le piccole dimensioni possono essere un vantaggio competitivo, nel momento in cui ciò significa una bassa inerzia e un'alta capacità di personalizzazione, ma è comunque necessario avere sempre una lettura immediata e precisa delle competenze presenti al proprio interno.

Soltanto se un'azienda conosce quali sono le competenze presenti al proprio interno sa individuare quali mancano, e solo se sa quali competenze difettano riesce ad individuare la formazione che le serve. Pertanto è fondamentale che le aziende imparino ad effettuare una lettura organizzativa basata sulle competenze, quale base per affrontare l'evoluzione del mercato.

Un'azienda che non è capace di leggersi in termini di competenze non può sapere con esattezza quali siano realmente le proprie potenzialità di crescita e di riconversione, così come la propria capacità di reggere all'urto della concorrenza, senza considerare le possibili ripercussioni nella gestione delle risorse sotto forma di difficoltà nel valutare e valorizzare o rimpiazzare le singole persone, per la difficoltà di individuarne il peso reale all'interno della struttura.

Di conseguenza la vera sfida alla quale sono chiamate le pmi non è tanto quella di acquisire una determinata capacità di progettare in termini differenti la propria formazione, quanto quella di integrare i processi formativi all'interno di politiche gestionali consapevoli, espressione della capacità di leggere in maniera organica la propria organizzazione, mettere in relazione le proprie attività con le proprie risorse, effettuare una lettura organizzativa articolata per competenze e realizzare un collegamento compiuto tra il proprio capitale umano e le prospettive di crescita.



La sfida tecnologica

Parallelamente i cambiamenti socio economici in atto stanno modificando significativamente la struttura e le regole del mercato del lavoro, ponendo sfide nuove anche ai singoli lavoratori. L'elevato turn-over e la velocità con la quale avvengono i cambiamenti tecnologici portano ad essere sempre meno probabile, non solo la prospettiva di rimanere occupati in un'unica ditta per tutto l'arco della propria vita professionale, ma anche di iniziare e completare il proprio ciclo professionale in un unico settore, rendendo fondamentale l'adattabilità e la capacità di spendere il proprio vissuto professionale in chiave trasversale, astruendo dal contesto specifico le competenze acquisite. Le aziende richiedono sempre più ai propri lavoratori non solo di essere capaci e competenti, ma anche flessibili, creativi, capaci di adeguarsi rapidamente al mutare delle esigenze. Questo comporta per il singolo lavoratore l'esigenza cruciale

di conoscere e tenere aggiornato il proprio bagaglio di competenze, integrando in un unicum ciò che deriva dai momenti di formazione, dalle proprie esperienze scolastiche e ciò che ha imparato on-the-job, ponendo in una dimensione unitaria esperienze legate a contesti e momenti differenti e iniziando a considerare la formazione una attività periodica guidata da una gestione consapevole delle proprie competenze, svolta con costanza durante l'intero corso della vita professionale. Appare dunque di fondamentale importanza sia per i lavoratori che per le aziende arrivare ad una gestione integrata delle competenze. Sulla base di questa considerazione sono state definite le basi concettuali di un modello gestionale che comprende al suo interno tutti i differenti attori in gioco: le aziende, i lavoratori, le associazioni di categoria, gli organi di governo, il mondo dell'istruzione e quello della formazione.

GINCO, il modello di gestione integrata per una gestione dinamica dell'azienda

Nella formulazione del modello di Gestione Integrata delle Competenze (GINCO) si sono tenute presenti esigenze differenti, a partire dalla necessità di essere applicabile in contesti socioeconomici differenti e di tenere conto di determinate caratteristiche strutturali delle pmi, in particolare dell'assenza quasi generalizzata di una figura dedicata esclusivamente alla gestione del personale, dotata di una professionalità specifica.

Si è definita dunque una struttura che fosse da un lato modulare, per adattarsi alle singole realtà territoriali e per essere applicabile anche solo in parte, dall'altro incentivante, per poter definire dinamiche di inclusione che siano premianti per chi adotta il modello e non penalizzanti per chi non lo adotta.

L'idea alla base è molto semplice e nei suoi tratti essenziali prevede che sia le aziende che i lavoratori gestiscano il proprio bagaglio di competenze in maniera

responsabile, tenendone traccia, condividendolo e agendo attivamente per mantenerlo aggiornato rispetto alle esigenze proprie e del mercato di riferimento. Il modello GINCO ha come presupposto una visione dinamica delle competenze, intendendo con questo che da un lato le competenze diventano una variabile che entra in gioco all'interno del sistema lavoratore/azienda, modificandolo e venendone modificate e assumendo un'importanza diversa a seconda del momento; dall'altro che una competenza, di qualunque genere, non è un oggetto, qualcosa che viene accumulato ed ha valore in sè, ma è un patrimonio che acquisisce senso solo nel momento in cui viene espresso, oppure in funzione delle possibilità di essere espresso.





GINCO: un nuovo modello di formazione

Un database per le competenze

Competenze fondamentali oggi possono essere inutili domani: ecco perché è basilare che vi sia una banca dati delle competenze richieste dal mercato, per consentire ai singoli e alle aziende di confrontarsi con il mondo esterno e capire se e quanto il proprio patrimonio è appetibile, spendibile o adeguato, così come è fondamentale arrivare ad un utilizzo da parte del mondo dell'industria, dell'istruzione e della formazione di strumenti di definizione e gestione delle competenze formalizzati e compatibili tra di loro.

Nella sua espressione più compiuta, il modello prevede che le scuole definiscano il proprio POF (Piano Offerta Formativa) finalizzandolo alla creazione dichiarata di determinate competenze, stilando per ciascuno studente un bilancio di competenze e compiendo un'attività mirata sui ragazzi per insegnar loro a leggersi in termini di competenze.

Pertanto gli studenti escono dalla scuola non solo con una qualifica e una valutazione globale, fissati una volta per tutte, ma con un quadro di dettaglio personalizzato e modificabile, sul quale costruire un proprio percorso di crescita personale da attuarsi in vari modi.

A questo punto, lo studente può decidere se approcciare un percorso universitario o se entrare subito nel mondo del lavoro.

In un caso o nell'altro al momento dell'assunzione le modalità di ingresso in azienda non sono più definite da fattori aggregati (valutazione finale del sistema scolastico o universitario, inesperienza, età...), ma da una valutazione razionale del profilo di competenze posseduto.

Una volta inserito in azienda il neo lavoratore inizia un percorso di apprendimento on-the-job, che coinvolge aspetti tecnici, ma anche relazionali ed emotivi, che vengono analizzati tramite etero ed auto valutazioni e registrati aggiornando il profilo di competenze.

In questo modo, il lavoratore ha la possibilità di sapere sempre quale è il proprio livello di competenze e può richiedere consapevolmente alla propria azienda di essere mandato a determinati corsi, così come può anche decidere di partecipare ad eventi formativi autonomamente, per acquisire determinate competenze utili per arrotondare o definire il

proprio profilo, oppure per armonizzare in un unico quadro complessivo esperienze effettuate in ambiti o aziende differenti.



Parallelamente l'azienda ha

- sempre presente per ciascun soggetto il quadro complessivo delle competenze e può decidere se e quando definire degli interventi formativi personalizzati per ciascun lavoratore, in funzione di esigenze interne o esterne;
- ha una lettura sempre aggiornata e precisa della propria consistenza in termini di competenze presenti in azienda. Avere sempre chiaro il quadro dei propri punti di forza e di debolezza connessi alle persone consente di rispondere ai cambiamenti del mercato con rapidità e di decidere del proprio futuro avendo presenti le proprie reali possibilità, potendo decidere in qualunque momento se sia meglio effettuare della formazione oppure accedere al mercato del lavoro o della consulenza.

Il modello GINCO prevede infatti la creazione a livello regionale di un database delle competenze che registri da un lato le competenze presenti sul territorio, dall'altro le richieste espresse dalle aziende. Per questa attività appare necessaria una stretta collaborazione con Borsa Lavoro e il confronto con quanto emerge dall'indagine Excelsior. In questo modo, per ciascun lavoratore è possibile avere sempre accesso a uno strumento che gli permetta di sapere se il proprio profilo è aggiornato e competitivo, ovvero se le competenze possedute sono in linea con le richieste delle aziende.

In un contesto dove tutti gli attori riescono ad avere un linguaggio comune, diviene poi relativamente agevole comunicare reciprocamente le proprie esigenze. Ad esempio risulta possibile superare la barriera





oggi esistente tra scuole e aziende, fornendo uno strumento alle aziende per chiedere alle scuole di inserire nei propri programmi contenuti specifici.

Allo stesso modo, al momento della ricerca di nuovo personale, le aziende possono effettuare richieste precise e consapevoli alle organizzazioni che si occupano di placement.

Anche se la definizione del modello GINCO è allo stato attuale ancora embrionale e devono pertanto essere ancora indagati gli eventuali spazi di applicabilità, la sua strutturazione è stata definita a partire dall'analisi del contesto attuale, tenendo presente la necessità di modificare il sistema esistente senza stravolgerlo e ipotizzando un'applicabilità graduale, in forma modulare e basandosi su esperienze e know-how già presenti nel sistema Api. Questo perché non si voleva che il modello GINCO fosse un mero esercizio intellettuale, ma una proposta concreta da porre a confronto costante col territorio, basandosi sul presupposto che il passaggio ad una gestione consapevole delle competenze non debba essere per aziende e lavoratori un peso o un'imposizione, ma un traguardo da conseguire per la percezione di vantaggi competitivi palesi e tangibili.

In quest'ottica si sottolinea come primo passo fondamentale la creazione di un tavolo di confronto stabile e funzionante tra Regione, Apilombarda e Fapi per creare strumenti di condivisione obiettivi, per la definizione e gestione integrata degli strumenti e per individuare un sistema di feedback che permetta di comprendere l'efficacia degli interventi effettuati.

CERTIFICARE LA RESPONSABILITÀ SOCIALE

Guerini e Associati propone un'opera di divulgazione e formazione che si colloca come strumento semplificato e pratico per l'innalzamento del livello di conoscenze del sistema di responsabilità sociale certificato



Alle aziende viene oggi sempre più esplicitamente richiesto di dimostrare la propria attenzione, attività ed impegno in termini di principi etici (Responsabilità Sociale), che sono una garanzia per uno sviluppo sostenibile e quindi solido e duraturo sia dal punto di vista sociale che economico.

Una delle strade per rendere le imprese italiane responsabili delle proprie scelte di corporate governance è introdurre un nuovo approccio alla certificazione sociale. Questo testo affronta i temi della responsabilità sociale d'impresa con taglio estremamente pratico, per permettere alle imprese di approntare un proprio sistema certificato in piena autonomia.

I sistemi di certificazione ad adesione volontaria tratti nel volume sono SA8000, lo standard internazionale ampiamente conosciuto e dibattuto, Artigianato Etico e Agricoltura Etica. Si tratta di modelli fortemente innovativi, prodotti dalla sapiente elaborazione del CISE, capofila del Network Etico per la certificazione sociale in Italia, tarati su realtà organizzative di piccola e piccolissima dimensione.

I più innovativi ed efficaci strumenti possiedono una limitata efficacia intrinseca se questa non è adeguatamente accompagnata da un contesto di conoscenze e competenze in grado di implementarli al meglio.

Il volume non è solo una guida alla realizzazione dei sistemi da certificare ma è un vero e proprio strumento di facilitazione, che serve prima di tutto all'imprenditore al manager ma anche all'addetto, all'operaio, che vogliono conoscere, implementare e gestire un sistema di responsabilità sociale certificato, scelto a seconda del settore, della dimensione, della vocazione dell'impresa. Per facilitare il compito di elaborazione del sistema è disponibile un blog (www.certificazionesociale.it) da dove, previa registrazione, si possono scaricare e far propri i moduli e le procedure per la costruzione del sistema, illustrati e commentati all'interno del volume.



La Tigre continua a ruggire

La NPE ha come obiettivo la crescita economica puntando a trasformare, entro il 2020, la Malaysia in una nazione altamente industrializzata eliminando gli strati di povertà sociale legata alle classi contadine ed indigene nelle aree Sabah e Sarawak.

Autosufficiente a livello energetico grazie allo sfruttamento dei giacimenti petroliferi, l'economia malesiana vanta il primato mondiale assoluto sia nella produzione di caucciù (il volume annuo si avvicina di molto alla metà del volume complessivo mondiale) sia nella produzione di stagno i cui principali giacimenti si trovano nel Perak, nel Johor, nel Pahangh e presso Kuala Lumpur.

Tra le attività più produttive è da evidenziare l'agricoltura, soprattutto per la produzione di riso, di manioca, mais, patate e patate dolci, frutti tropicali (soprattutto ananas), caffè, cacao, arachidi, palme da cocco, palme da olio, pepe e altre spezie. Lo sfruttamento dei boschi riguarda soprattutto l'albero del caucciù, ma anche il legname. La pesca costituisce una voce non trascurabile delle esportazioni mentre modesto è invece l'allevamento, che si basa principalmente sul bestiame suino. Altre risorse minerarie sono i minerali di ferro, oro, bauxite, manganese e tungsteno.

A livello regionale sono state costituite 3 entità sub-regionali:

- il Triangolo dello Sviluppo: Indonesia-Malaysia-Tailandia (IMT-GT)
- l'Area dello Sviluppo dell'Est ASEAN: Brunei Darussalam-Indonesia-Malaysia-Filippine (BIMP-EAGA)
- il Triangolo dello Sviluppo: Indonesia-Malaysia-Singapore (IMS-GT)

Abbandonato il ruolo di paese in via di sviluppo legato alla produzione di agricoltura ed alle materie prime la Malaysia, grazie alla NPE - Nuova Politica Economica, è diventata leader mondiale nella produzione di componenti elettronici e primo paese del Sud-Est asiatico per l'assemblaggio e l'esportazione di autoveicoli sviluppandosi anche nei settori dei servizi, del turismo e della finanza



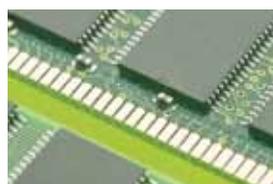
La Malaysia ha poi sottoscritto l'Accordo di Cooperazione Economica dell'Asia e del Pacifico (APEC) e partecipa alla Commissione Economica e Sociale dell'Asia e del Pacifico (ESCAP). Inoltre trae benefici dal Generalized System of Preferences (GSP) (sistema di tariffe preferenziali), in base al quale alcuni paesi sviluppati (Australia, Nuova Zelanda, Giappone, Canada, i Paesi dell'UE, dell'EFTA) garantiscono l'applicazione di tariffe ridotte o nulle su una pluralità di prodotti, specificamente definiti, provenienti dalla Malaysia.

Pur in presenza di tariffe e dazi che vengono modificati di frequente, spesso senza preavviso, l'interscambio con altri paesi ha toccato nel 2006 cifre da record, con un valore di 1 trillione di ringgit (circa 230 miliardi di euro) registrando un crescita del 10,5% rispetto al 2005. I maggiori partner sono Giappone, Stati Uniti, Cina, Singapore, Unione Europea, i quali coprono il 62,6% del commercio totale.

La comunità internazionale ha richiesto al governo malesiano di conformarsi agli obblighi WTO (World Trade Organization) per quanto riguarda le normative sugli standard e le certificazioni dei prodotti stranieri.

Per facilitare le relazioni con investitori esteri, nel 1990 è stato creato il MIDA (Malaysian Industrial Development Authority) e successivamente istituito un nuovo Ministero per l'Industria ed il Commercio Internazionale. Per gli operatori italiani è in vigore dal 1998 l'«Accordo sulla reciproca Promozione e Protezione degli investimenti» con l'obiettivo di intensificare la cooperazione economica. È anche vigente un accordo per evitare la doppia imposizione fiscale. Dalla crisi del 1997, il paese normalmente incoraggia investimenti diretti esteri (100% del capitale) a favore di aziende del settore manifatturiero orientate all'esportazione o in quelle dell'alta tecnologia, ma assume un atteggiamento notevolmente discrezionale particolarmente nel caso di investimenti che riguardano industrie che producono per il mercato interno, chiedendo all'investitore estero di partecipare in joint-venture con un partner locale per una quota normalmente pari al 30% del capitale. Alcune facilitazioni concesse per l'impiego di capitale umano straniero, tradizionalmente soggetto a forti restrizioni, ha visto la liberalizzazione per gli operatori del settore manifatturiero incrementando il volume prodotto.

Nel 2006, MIDA ha approvato 1.077 progetti di investimento, fra cui 571 hanno coinvolto il capitale straniero pari a 4,4 miliardi di euro. Confrontato con l'ammontare totale di investimenti, pari a 9,9 miliardi di euro, la percentuale di partecipazione straniera è stata quindi del 44,4%. Ciò comporterà, secondo il Ministero del Commercio Internazionale e degli Investimenti, un effetto moltiplicatore per l'economia, in particolare per quanto riguarda la tecnologia ed il miglioramento qualitativo delle risorse umane. In questo scenario anche l'Italia ha guadagnato numerosi posizioni riguardo all'ammontare degli investimenti effettuati in Malaysia passando da 9,2 milioni di euro nel 2005 a 47,0 milioni di euro nel 2006.





La Tigre continua a ruggire

Tutela dei diritti di proprietà intellettuale

La lotta alla corruzione e alla pirateria è una delle priorità stabilite dal Governo. Membro dell'Organizzazione Mondiale per la Proprietà Intellettuale (WIPO), aderente alla Convenzione di Berna per la Protezione di Lavori Letterari e Artistici e della Convenzione di Parigi per la Protezione della Proprietà Industriale, la Malaysia non ha ancora aderito al Trattato del WIPO sul Copyright né al Trattato WIPO sugli esecutori, interpreti e fonogrammi, i quali estendono le protezioni del copyright digitale. Nonostante gli ingenti sforzi del governo, l'Unione Europea ha identificato la Malaysia quale una delle nazioni con i più alti volumi di contraffazione nella produzione di compact disc e video digital disc. Altrettanto diffusa è la contraffazione di articoli di lusso "griffati" e di altri prodotti dalle cartucce toner per stampanti, agli oli per motori, ai detersivi per la casa, shampoo, creme per la pelle ai vini ed alcolici.



DATI GEOGRAFICI E MACROECONOMICI

- Superficie: 328,550 km quadrati
- Capitale amministrativa: Putrajaya
- Capitale economica: Kuala Lumpur (1.800.000 abitanti) – indipendente dal 1957 dalla Gran Bretagna
- Popolazione: 26.600.000 (densità 79 abitanti per Km2)
- Lingua: Malese (ufficiale) usati anche l'inglese, il cinese e il tamil. Esistono, inoltre, 139 lingue usate dalla popolazione
- Moneta: Dollaro Malese o Ringgit (RM).(MYR) diviso in 100 sen.
- PIL: + 5,8%
- Composizione del PIL: Manifatturiero 31.3%, Servizi 48.1%, Agricoltura 8.4% (fonti CIA)
- Reddito procapite: US\$ 6092 (MIDA)
- Forza lavoro: 11.700.000
- Speranza di vita 72 anni
- Tasso di disoccupazione 3,5 %
- Tasso di inflazione 3,9

INDICATORI ECONOMICI

2006	2007f
26.64 milioni	27.17 milioni
RM277.26 bilioni (US\$79.8 bilioni)	RM293.99 bilioni (US\$84.6 bilioni)
5.8%	6.0%
RM19,739 (US\$5681)	RM21,168 (US\$6092)
3.9%	-
11.5 milioni	11.7 milioni
3.5%	3.5%
RM599.96 bilioni (US\$172.67 bilioni)	RM653.85 bilioni (US\$188.17 bilioni)
RM488.23 bilioni (US\$140.51 bilioni)	RM536.84 bilioni (US\$154.49 bilioni)

Restrizioni negli appalti pubblici

La Malaysia non ha sottoscritto il "Government Procurement Agreement"(GPA) nell'ambito dell'Organizzazione Mondiale per il Commercio. La politica governativa, piuttosto discriminatoria, tende ad assegnare le gare ad aziende a capitale interamente locale soprattutto alle cosiddette "Bumiputra" il cui management appartiene al gruppo etnico autoctono islamico Malay. Nei tender internazionali, le aziende straniere sono tenute a registrarsi presso il Ministero delle Finanze, e devono essere presenti in Malaysia con un Ufficio di rappresentanza o in partnership con un'impresa malesiana. Per le imprese di costruzioni invece viene richiesta la registrazione presso il Construction Industry Development Board (CIMB) escludendo l'obbligo di avere una base operativa in Malaysia.

La Malaysia ha sempre incentivato l'apertura alle economie mondiali ed ha sempre stimolato l'ingresso di capitali stranieri nel Paese. Oltre ad essere membro delle più importanti organizzazioni economiche mondiali, la Malaysia fa parte dell'ASEAN, Associazione delle Nazioni del Sud-Est Asiatico ed è firmataria dell'AFTA, accordo che ha come obiettivo primario la creazione di un mercato libero per gli scambi tra i Paesi membri, con conseguente abolizione di dazi e barriere doganali.

Vi aiuteremo a far crescere la Vostra azienda



Prima Card
Prima Card

FornendoVi liquidità recuperando i Vostri crediti, ed aiutandoVi a sviluppare nuovi business con le informazioni commerciali online senza abbonamento

www.primacard.it

www.smrecuperocrediti.it



Sm-Prima Card e Confapi hanno sottoscritto una convenzione per favorire l'accesso ad i servizi di informazione commerciale online con particolari vantaggi per gli associati. Gli associati interessati, o i Direttori delle sedi provinciali interessati possono contattare il numero verde dell'azienda



Cultura d'impresa: idee, valori e innovazione

Una delle sfide che attende il tessuto produttivo milanese è quella di potenziare il rapporto con il mondo accademico. Si è sviluppata la necessità di far crescere sinergie nell'area delle competenze manageriali, con grandi opportunità per gli atenei di agganciare e accompagnare le imprese che si stanno muovendo verso l'innovazione necessaria alla loro competitività. Alle università viene richiesto di concorrere all'incremento della competitività del mondo dell'industria, che in Lombardia ha numeri significativi: il 45% della popolazione lavorativa è impiegata nell'industria (la media nazionale è del 35%).

Quello che gli imprenditori chiedono agli atenei è inizialmente un trasferimento di tipo scientifico e tecnologico, una iniziale collaborazione con le aree di ricerca e successivamente una partnership vera e propria.

In questo contesto di grande fermento, Apimilano ha organizzato per il 2008 il terzo ciclo di incontri «Valore all'impresa»: un'idea che coinvolge l'Università Cattolica sui temi legati alle strategie di gestione, organizzazione e sviluppo dell'impresa e il Politecnico di Milano sui temi del design, strumento culturale di innovazione e valorizzazione dell'azienda e della sua produzione; inoltre, si sta lavorando alla realizzazione di un nuovo filone sull'energia, l'ambiente e le fonti rinnovabili.

L'iniziativa così mette in relazione competenze, risorse e capacità dislocate sul territorio milanese e permette alle imprese di confrontarsi e colloquiare direttamente con esperti sui temi d'interesse. L'idea è quella di creare un network che valorizzi l'esistente e nello stesso tempo alimenti le possibilità e gli scambi, in modo da sollecitare nuove idee e nuove strade attorno alle potenzialità insite nel sistema delle conoscenze dell'università.

La terza edizione del progetto prevede lo svolgimento, in collaborazione con ALTIS (Alta Scuola Impresa e Società) dell'Università Cattolica, di due cicli paralleli, di cinque incontri ciascuno, a cadenza mensile in due diverse località dell'hinterland milanese (Rozzano e Monza), sui seguenti temi:

1) Le leadership al femminile: quando è una donna a governare l'azienda. La cronaca registra sempre di più casi di successo di imprese guidate da donne, nei settori più disparati dell'economia. Esiste un «modo al femminile» di gestire l'impresa? Quali ostacoli, vincoli o condizioni devono ancora affrontare le donne quando ricoprono un ruolo di responsabilità.

2) Programmare e gestire il passaggio generazionale nell'impresa familiare. Riflessione sulle peculiarità or-

Per il 2008 Apimilano propone il terzo ciclo di Valore all'impresa che coinvolgerà docenti dell'università Cattolica e del Politecnico di Milano in una serie di incontri tematici tra febbraio e giugno



ganizzative ed aziendali delle imprese familiari, soffermandosi in particolare sui criteri da seguire per identificare e preparare un passaggio generazionale di successo.

3) Piccola impresa, grande organizzazione: aspetti critici nella gestione delle persone nelle pmi. Riflessione su quali debbano essere le qualità umane, le competenze, gli atteggiamenti necessari all'imprenditore per guidare con successo la sua squadra (l'azienda), nonché sugli stili di leadership e le tecniche per favorire la diffusione del team-working.

4) Aggregarsi per competere: i vantaggi per le pmi, i percorsi strategici e le soluzioni tecniche. Sono sempre più numerose le occasioni per le pmi di dar vita a forme di collaborazione che servono a rafforzare la capacità competitiva delle imprese. Quali sono i percorsi strategici per realizzare delle forti alleanze.

5) Come motivare e incentivare il team aziendale. Quali sono le attenzioni e le politiche per gestire correttamente le risorse umane nelle pmi: come valutare i collaboratori, promuovere le loro motivazioni, incentivare il loro impegno.

Il ciclo organizzato in collaborazione con la Facoltà di design del Politecnico di Milano, prevede invece questi cinque incontri:

1) Design e Innovazione. Il design come processo di innovazione continua. Si parla di merci e di come si «inventano», quali sistemi si possono uti-

lizzare per trasformare l'attitudine creativa di alcuni nella capacità sistematica di innovare delle imprese.

2) Il design strategico. Prodotto, Comunicazione e Servizio. L'immagine aziendale ed il suo valore (essenzialmente percepito) vengono definiti dalla sommatoria dei prodotti, degli artefatti comunicativi e dei servizi offerti. Il design strategico è la disciplina che si occupa del coordinamento di tutte le componenti del sistema prodotto aziendale.

3) Sviluppare prodotti nel nuovo scenario competitivo. Il nuovo approccio del design non parte dalla forma dei prodotti ma dalla comprensione di cosa cercano gli utenti/consumatori di oggi e di come si sia passati da una società alla ricerca della prestazione all'attuale società della co-

noscenza dove gli utenti/consumatori ricercano essenzialmente l'esperienza.

4) Comunicazione, Marketing e Design. Marketing e Design lavorano entrambi per portare l'innovazione in azienda, uno in maniera più metodica e collegata ai dati quantitativi, l'altro più creativo e proiettato verso il futuro con un occhio attento verso l'utente, l'evoluzione di usi e costumi, l'evoluzione tecnologica e dei materiali. Come comunicano

5) Casi applicativi di Innovazione Design Driven. Il ruolo dell'Università. Quale ricerca di design ed il ruolo dell'Università. Anche una pmi manifatturiera, che non possiede al suo interno un'area di ricerca e sviluppo, può avvicinarsi e collaborare con l'Università.

Rozzano - Centro culturale cascina grande

Data	Titolo	Relatore
Martedì 12/2/08	Le leadership al femminile: quando è una donna a governare l'azienda	Mara Gorli , docente di Psicologia delle organizzazioni dell'Università Cattolica
Martedì 11/3/08	Programmare e gestire il passaggio generazionale nell'impresa familiare	Fabio Antoldi , docente di Strategia aziendale delle PMI e di Business Planning dell'Università Cattolica
Martedì 15/4/08	Piccola impresa, grande organizzazione: aspetti critici nella gestione delle persone nelle PMI	Domenico Bodega , docente di Organizzazione aziendale dell'Università Cattolica
Martedì 13/5/2008	Aggregarsi per competere: i vantaggi per le PMI, i percorsi strategici e le soluzioni tecniche	Donatella Depperu , docente di Economia aziendale e di Strategia e politica aziendale dell'Università Cattolica
Martedì 10/6/08	Come motivare e incentivare il team aziendale	Domenico Bodega , docente di Organizzazione aziendale dell'Università Cattolica

Monza - Urban Center

Data	Titolo	Relatore
Martedì 19/2/08	Programmare e gestire il passaggio generazionale nell'impresa familiare	Fabio Antoldi , docente di Strategia aziendale delle PMI e di Business Planning dell'Università Cattolica
Martedì 18/3/08	Le leadership al femminile: quando è una donna a governare l'azienda	Mara Gorli , docente di Psicologia delle organizzazioni dell'Università Cattolica
Martedì 22/4/08	Piccola impresa, grande organizzazione: aspetti critici nella gestione delle persone nelle PMI	Domenico Bodega , docente di Organizzazione aziendale dell'Università Cattolica
Martedì 20/5/08	Aggregarsi per competere: i vantaggi per le PMI, i percorsi strategici e le soluzioni tecniche	Donatella Depperu , docente di Economia aziendale e di Strategia e politica aziendale dell'Università Cattolica
Martedì 17/6/08	Come motivare e incentivare il team aziendale	Domenico Bodega , docente di Organizzazione aziendale dell'Università Cattolica

Politecnico di Milano - Campus Bovisa

Data	Titolo	Relatore
Martedì 26/02/08	Introduzione Design e Innovazione	Alberto Seassaro , preside della Facoltà del design del Politecnico di Milano Alessandro Deserti , docente di Design e coordinatore del sistema DI.Labb dei laboratori per la didattica e la ricerca di design del Dipartimento Indaco
Mercoledì 26/03/08	Il design strategico. Prodotto, comunicazione, servizio.	Francesco Zurlo , docente di Design Strategico e direttore del consorzio POLI.design
Martedì 29/04/08	Lo sviluppo dei prodotti nel nuovo scenario competitivo.	Stefano Maffei , docente della Facoltà del Design, si occupa di tematiche relative al rapporto tra innovazione e design policy
Martedì 27/05/08	Comunicazione, Marketing e Design	Paolo Ciuccarelli , docente di Design della Comunicazione del Politecnico di Milano
Martedì 24/06/08	Design, Università e PMI. Casi applicativi di Innovazione Design Driver. Chiusura corso	Venanzio Arquilla , docente alla Facoltà del Design del Politecnico di Milano, si occupa di politiche per il design, di design per le piccole e medie imprese e le imprese artigiane Alberto Seassaro / Giuliano Simonelli



Straordinario!



Fino a **3.700 €** di vantaggi
con finanziamento a **tasso 0%***

Volkswagen Caddy con climatizzatore di serie. Oggi supera anche sé stesso.

Siate freddi e spietati: approfittate dell'irresistibile offerta Caddy, oggi con climatizzatore di serie, supervalutazione dell'usato, o finanziamento a tasso zero, ed incentivi statali. Brillanti motorizzazioni TDI[®], con filtro antiparticolato a richiesta, a benzina e a metano nella versione Ecofuel, tutte Euro4, con potenze fino a 105 CV. Volume di carico fino a 3,2 m³. Sicurezza ineguagliabile con ABS, ASR, MSR di serie ed ESP a richiesta. Spazio di frenata ridotto, grazie ai 4 freni a disco. A richiesta, l'esclusivo cambio automatico DSG.

Stupitevi presso i Concessionari Volkswagen Veicoli Commerciali.



**Veicoli
Commerciali**

Fratelli Giacomel

ASSAGO (Milano) - Via Verdi, 4 - Tel. 02.48846.1
www.fratelligiacomel.it

sommario mondo api

■ Affari Generali

pag. 50 Stati Generali Confapi per rivendicare un'identità

pag. 51 Inventori si nasce, imprenditori si diventa

■ Sindacale

pag. 52 Tredicesima mensilità e gratifica natalizia

■ Ambiente - speciale Conai

pag. 53 Un «Dossier Prevenzione» per gli eco-imballaggi

■ Estero

pag. 54 Il Made in Italy sbarca a New York

■ Sicurezza

pag. 55 Sicurezza sul lavoro: cambiano le regole

■ Formazione

pag. 56 La formazione continua...

■ Dai Distretti

pag. 58 Una donna alla guida di Api Monza e Brianza

pag. 59 Carlo Magani prende le redini del distretto sudovest

■ Dalle Categorie

pag. 60 Il Codice Appalti in «salsa regionale»

■ Partnership

pag. 62 Lufthansa e SWISS partner ideali per i viaggi business

pag. 63 CISCO - Soluzioni di comunicazione intelligenti

Un mondo di servizi

Notizie, eventi, iniziative, progetti e informazioni utili alla vita di un'impresa, che passa attraverso fasi di crescita, di consolidamento, di rilancio e di potenziamento. «Mondo Api» è la sezione che illustra l'attività del sistema Apimilano, sempre a fianco dell'imprenditore con una gamma di servizi pensati su misura per le esigenze più specifiche. Servizi utili alla gestione e allo sviluppo di un'azienda, proposti e garantiti in modo dinamico ed efficace da un pool qualificato di professionisti dell'assistenza e della consulenza. L'associazione diventa così il partner che accompagna, facilita, supporta e chiarisce.



49



Stati Generali Confapi per rivendicare un'identità

Ha preso il via a Milano il percorso degli Stati Generali della piccola e media impresa, promosso da Confapi con la collaborazione del Fapi sul tema «Formarci per competere»: tre tappe, centinaia di audizioni e una community virtuale per far emergere identità, proposte e attese degli imprenditori

I 50 mila imprenditori aderenti alla Confapi e i 4 milioni di piccoli e medi industriali di tutta Italia sono stati chiamati a raccolta in tre diverse città italiane: Milano per il bacino del Nord produttivo, Perugia per le imprese del centro e Bari per il Mezzogiorno, per capire dove vuole andare la piccola e media impresa. Sono gli Stati Generali promossi da **Confapi** e **Fapi** sul tema «Formarci per competere», che si concluderanno nella primavera 2008 con una grande assemblea a Roma. Obiettivo di questo roadshow: definire le linee guida di una nuova politica economica articolata su tre macro aree quali capitale umano, declinato in educazione, occupazione e lavoro; regole e sviluppo, che includono temi come l'organizzazione, la rappresentanza e la semplificazione; competitività cioè infrastrutture, ricerca, innovazione, energia, ambiente e internazionalizzazione. Tutto questo senza dimenticare fiscalità e formazione. Per consentire una preziosa analisi dell'universo della piccola e media impresa, vera ossatura del sistema Italia, ogni evento si è articolato in due momenti con una serie di confronti diretti tra il singolo imprenditore e i vertici di Confapi, arricchiti da discussioni pubbliche con istituzioni e autorità locali. Per agevolare tutti gli imprenditori a fare proposte è online il sito dedicato www.confapi-statigenerali.it. Sono state poche le lamentele, ma molte le proposte costruttive nella giornata del 21 settembre che ha segnato a Milano l'inizio degli Stati Generali. Perché l'imprenditore italiano è fatto così: nel momento in cui pone un problema, ha già pronta in tasca una soluzione. Definirle audizioni suona quasi riduttivo, perché gli incontri tra imprenditore e vertici Confapi sono stati veri e propri dibattiti, a volte accesi, soprattutto su temi come fiscalità e internazionalizzazione, talvolta persino commossi, dato che non è mancato il ricordo di amici a cui la criminalità non solo aveva sradicato un sogno imprenditoriale, ma anche la stessa vita. **Giancarlo Mattiuzzo**, vicepresidente di Confapi, **Sergio Dalla Verde** e **Franco Colombo**, membri di giunta, si sono confrontati nella mattinata con gli imprenditori giunti soprattutto da Piemonte, Veneto e Lombardia. Hanno ascoltato, hanno condiviso e commentato le esperienze di chi come loro ha scelto la fatica (ma a volte



anche la gloria) di essere un capitano d'impresa, lasciando poi il testimone a **Paolo Galassi**, presidente della Confederazione e principale fautore del progetto Stati Generali. «Gli imprenditori hanno bisogno di un'identità. C'è troppa confusione attorno al concetto di piccola e media impresa, dobbiamo farci conoscere. Non vogliamo la piazza, non vogliamo diventare un partito politico, cerchiamo la concertazione, cerchiamo di far sentire la nostra voce». Le parole di Galassi sono la migliore sintesi del senso della giornata. Il patrimonio di voci raccolto durante le audizioni è stato messo sul tavolo del talk show serale moderato da **Enrico Castelli**. La pragmaticità di un presidente-imprenditore verace come Paolo Galassi, la lucidità del contributo analitico del professor **Leo Miglio** (esperto di «nanotecnologie»), le suggestioni letterarie di **Massimiliano Finazzer Flory** supportate dalle voci della politica di **Antonio Panzeri** e **Roberto Formigoni** sono state il coronamento della giornata dedicata all'orgoglio di essere imprenditore. Argomento principe: la necessità di dare dignità alla formazione professionale, così



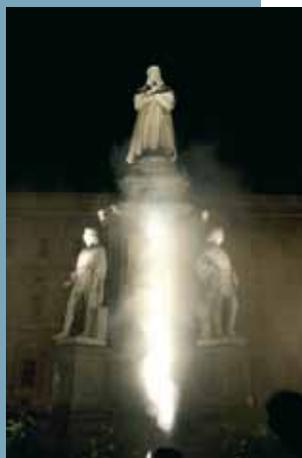


come sta cercando di fare Formigoni con la Legge 19 della Regione Lombardia, incomprensibilmente ostacolata dall'esecutivo. Non si possono non citare le affascinanti evocazioni letterarie di Finazzer Flory, che hanno fatto sentire gli imprenditori presenti un po' eredi del Robinson Crusoe da lui menzionato, un uomo che produce in eccesso, seppur solo, quasi illuminato da Dio. Quante volte gli imprenditori si saranno sentiti soli, come lui, in quell'isola deserta che ha come corrispettivo contemporaneo il mercato globalizzato dell'uno contro tutti. In fondo non ha importanza cosa si produce, che siano bottoni, pasta, bulloni, vestiti. Ciò che conta è la creazione. In un'ottica di diffusione e di condivisione di una parte di se stessi con il mondo.



INVENTORI SI NASCE, IMPRENDITORI SI DIVENTA

«Tre corretti e uno sbagliato. Ingegneri all'opera» è il titolo del nuovo lavoro cinematografico che la regista Barbara Risi ha prodotto per Apimilano. L'opera è stata girata nel mese di ottobre a Milano in p.za della Scala, intorno alla statua di Leonardo Da Vinci. La realizzazione del cortometraggio, che sarà presentato alla stampa e al sistema Api in occasione dell'assemblea di Apimilano, è stata possibile grazie alla collaborazione di alcune aziende associate ad Apimilano, quali Simmm Engineering srl, Spotlight Srl e Cinenoleggi Nane Group che hanno messo a disposizione inventiva, strumentazione tecnica e risorse umane per la buona riuscita dell'opera. Protagonista del cortometraggio è l'attore Guido Nicheli, scomparso pochi giorni dopo il termine delle riprese, a cui va un ringraziamento particolare. Infine meritano una citazione anche Gianni Nardi e Romano Saini, storici imprenditori di Apimilano, che con coraggio e autoironia hanno interpretato due brevi scene del film.



inventori
si nasce,
imprenditori
si diventa

INFO APIMILANO
Servizio Comunicazione
Tel. 02.67140267
stampa@apimilano.it

Tredicesima mensilità e gratifica natalizia

Con l'avvicinarsi del mese di dicembre sorge per le aziende l'obbligo di erogare la tredicesima mensilità agli impiegati e la gratifica natalizia agli operai

La tredicesima mensilità e la gratifica natalizia rientrano tra le cosiddette retribuzioni differite, intese queste ultime come i compensi che non vengono corrisposti unitariamente alla retribuzione corrente, ma che vengono erogati periodicamente a scadenze prefissate durante l'anno.

La tredicesima mensilità è stata istituita inizialmente soltanto per il settore industriale con l'accordo interconfederale del 27 ottobre 1946 e successivamente è stata estesa a tutti i lavoratori con il D.P.R. 1970/1960.

La disciplina dell'istituto pur trovando la propria fonte in una disposizione legislativa è attualmente regolamentata dai singoli contratti collettivi dei diversi settori.

L'ammontare è generalmente consistente in una somma pari alla normale retribuzione erogata al personale con retribuzione fissa mensile e in un certo numero di ore per i lavoratori pagati a ore. La contrattazione collettiva prevede essa stessa tutti gli elementi retributivi che entrano a far parte della stessa ed in ogni caso come espressamente affermato dalla giurisprudenza la tredicesima non può essere rapportata ad una nozione di retribuzione meno favorevole a quella di retribuzione globale mensile di fatto prevista dall'accordo interconfederale (Cass. 24.6.1981 n. 4119).

Nella tredicesima vanno quindi conteggiati tutti gli elementi aventi natura retributiva con i caratteri di obbligatorietà, continuità e determinatezza.

Qualora il contratto collettivo preveda espressamente le voci computabili, si deve in ogni caso tener conto anche di elementi non previsti se di fatto corrisposti con continuità.

Sono a titolo esemplificativo esclusi i rimborsi spese, i compensi erogati in modo non continuativo o di tipo occasionale, gli assegni familiari ed ogni elemento espressamente escluso dalle parti di calcolo di singoli istituti contrattuali.

La tredicesima viene corrisposta una volta l'anno e più precisamente prima delle festività natalizie, si presuppone che il relativo diritto sia maturato nell'arco temporale che va dal 1° gennaio al 31 dicembre.

Pertanto, un lavoratore che ha prestato la sua opera ininterrottamente per un anno ha diritto all'importo intero della tredicesima.

Invece, nel caso di assunzione o cessazione del rapporto durante l'anno oppure di assenze non giustificate, la quota di tredicesima sarà proporzionale al periodo di servizio effettuato. In tali ipotesi maturano tanti dodicesimi di tredicesima quanti sono stati i mesi di lavoro.



Per ciò che concerne le assenze effettuate durante l'anno oltre ai casi previsti dalla legge, spetta alla contrattazione collettiva determinare le assenze dal lavoro in cui comunque matura il diritto alla tredicesima e i casi in cui il diritto non matura.

A titolo esemplificativo la mensilità aggiuntiva matura nei casi di malattia ed infortunio nei limiti del periodo di comporto, di astensione obbligatoria di maternità, di ferie ed ex festività, di riduzione orario di lavoro, di permessi retribuiti, di congedo matrimoniale.

Non matura invece in caso di permessi non retribuiti, di assenza per malattia del bambino, di sciopero, di assenze ingiustificate per motivi disciplinari.

La tredicesima mensilità concorre alla formazione del reddito di lavoro dipendente, sia dal punto di vista fiscale che previdenziale.



Il «Dossier Prevenzione» per gli eco-imballaggi

500 interventi di prevenzione messi in campo, più di 200 aziende partecipanti, 215 imballaggi eco-sostenibili analizzati: sono questi alcuni dei numeri contenuti nel terzo «Dossier Prevenzione 2007 – 10 anni di progetti e soluzioni per imballaggi ecocompatibili» presentato ad Ecomondo

Il Dossier Prevenzione presenta una significativa casistica di imballaggi eco-compatibili presenti sul mercato, facilmente identificabili tra i prodotti di uso comune: obiettivo della pubblicazione è mostrare ciò che fanno le aziende e dare nuovo impulso all'adozione di standard ambientali di riduzione dell'impatto sull'ambiente del packaging, dalla fase di progettazione a quella post consumo. Per dire che nell'industria l'attenzione all'ambiente è una buona pratica corrente ed è destinata ad affermarsi in futuro come valore strategico e di innovazione nel packaging, a fronte di un consumatore più sensibile di un tempo alle esigenze dell'ambiente.

Nel dossier sono rappresentate sette categorie di prodotti merceologici – alimentare, chimico, farmaceutico, detergenza, elettronico, ecc. Le oltre 500 azioni di prevenzione analizzate spaziano dal risparmio di materia prima, al riutilizzo, al miglioramento della logistica, all'impiego di materiale riciclato, al risparmio di energia, ecc. I risparmi ambientali riguardano tutti i materiali di imballaggio: acciaio, alluminio, carta, legno, plastica e vetro.

Dieci anni di prevenzione Conai, raccontati attraverso i tre dossier, equivalgono a benefici e risparmi economici ed ambientali per la collettività:

- 10 anni di prevenzione sono quantificabili in 420 milioni di euro di costi socio-ambientali evitati all'intera collettività;
- 5 milioni di tonnellate di CO₂ non emesse in atmosfera in dieci anni: un costo ambientale evitato pari al viaggio annuale di 460.000 autotreni per 100 km;
- riduzione dell'immissione sul mercato di 300 milioni di imballaggi primari nel settore alimentare grazie alla riduzione del peso degli stessi;
- riduzione del 50% di volume e peso dei contenitori nel settore dei detersivi, grazie al crescente utilizzo di prodotti concentrati;
- in 10 anni le imprese che hanno avviato un sistema di gestione ambientale certificato sono cresciute del 50%.

Per ricevere copia del Dossier Prevenzione mandare richiesta al numero di fax 02.54122696, indicando il recapito per la spedizione del volume



PENSARE FUTURO
Progetto Conai per l'imballaggio ecosostenibile



LA PRIMA MOSTRA IN ITALIA SULL'IMBALLAGGIO ECO-SOSTENIBILE

Cultura della sostenibilità, attenzione all'ambiente, eco-imballaggi: in questi anni le aziende hanno agito per ottimizzare l'impatto ambientale dell'intero ciclo produttivo e di recupero dei materiali e hanno risposto alle esigenze del consumatore di oggi, un consumatore «etico», più consapevole di un tempo, più attento all'ambiente. Questo il contenuto della mostra «Pensare Futuro - 10 anni di imballaggi eco-sostenibili» promossa da Conai e in cui grande rilievo è stato dato alle principali azioni che le aziende hanno messo in atto per diminuire l'impatto ambientale nelle varie fasi del ciclo di vita dell'imballaggio, in particolare sono:



Risparmio di materia prima

Contenimento del consumo di materie prime impiegate nella realizzazione dell'imballaggio e conseguente riduzione del peso, a parità di prodotto confezionato e di prestazioni.



Riutilizzo

Consiste nel reimpiegare più volte l'imballaggio, per un uso identico a quello per il quale è stato concepito.



Utilizzo di materiale riciclato

Sostituzione di una quota o della totalità di materia prima vergine con materia riciclata per contribuire ad una riduzione del prelievo di risorse.



Ottimizzazione della logistica

Tutte le azioni innovative che migliorano le operazioni di immagazzinamento ed esposizione, ottimizzano carichi sui pallet e sui mezzi di trasporto e perfezionano il rapporto tra imballaggio primario, secondario e terziario.



Facilitazione delle attività di riciclo

Tutte le innovazioni volte a semplificare le fasi di recupero e riciclo del packaging, come la realizzazione di imballaggi monomateriali.



Semplificazione del sistema imballo

Si realizza integrando più funzioni in una sola componente dell'imballo, eliminando un elemento e quindi semplificando il sistema.



Risparmio di energia/riduzione di CO₂

Riguarda la fase a monte e a valle della linea produttiva, grazie all'impiego di nuovi processi produttivi, all'utilizzo di materiale riciclato e alla riduzione dei consumi di energia nella filiera di produzione. Tale azione si ottiene anche grazie alla riduzione di mezzi impiegati per la distribuzione del prodotto dal punto di produzione al punto vendita, all'utilizzo di energie rinnovabili e al minor utilizzo di materia prima.



Il Made in Italy sbarca a New York

Con «Punto Impresa Milano International» - servizio gratuito ed innovativo per chi vuole investire ed esportare oltreoceano - il Comune di Milano vuole dare un concreto contributo allo sviluppo economico e sociale delle pmi milanesi



54

Gli Stati Generali delle pmi, partiti lo scorso 21 settembre a Milano sono stati vissuti come momenti di forte interazione e formazione tra gli imprenditori che si sono confrontati su diverse tematiche. In particolare, nel talk show serale, a conclusione dell'evento, il tema dell'internazionalizzazione delle pmi è stato oggetto di un intervento da parte dell'Assessore alle Attività Produttive del Comune di Milano Tiziana Maiolo. Dalla collaborazione infatti tra Comune, l'Italy America Chamber of Commerce e ICE-Istituto per il commercio Estero - New York, nasce «Punto Impresa Milano International» dedicata alle aziende che intendono investire ed esportare oltreoceano.

Questo importante risultato è stato realizzato grazie agli incontri tenutisi a New York negli scorsi mesi dall'assessore alle Attività Produttive del Comune di Milano Tiziana Maiolo. La convenzione impegnerà i soggetti coinvolti a mettere a disposizione gratuitamente i loro servizi alle pmi milanesi che intendano avviare nuovi rapporti commerciali con gli Usa e tutta l'area nordamericana. Le piccole e medie imprese trovano spesso difficoltoso affacciarsi su alcuni mercati esteri, tra i quali in particolare l'area NAFTA, a causa di una non precisa conoscenza delle procedure e delle

norme in ambito fiscale, legislativo e logistico, oltre a una mancanza di contatti con importatori e buyers. Il Comune di Milano, ponendosi tra le prime istituzioni pubbliche in Italia a individuare e creare canali preferenziali per i suoi imprenditori, sta perseguendo l'obiettivo di sostenere in maniera concreta le pmi della propria area nell'approccio con la difficile ma interessante «business arena» statunitense. In particolare, la ricerca di vie di sviluppo commerciali con gli Stati Uniti si colloca all'interno di un progetto, curato dall'assessore Maiolo, che ha colto la necessità di un aiuto istituzionale per favorire le aziende locali che si affacciano in un mercato globale, anche in relazione alla candidatura di Milano per l'Expo del 2015.

«Nella società globalizzata - ha spiegato Tiziana Maiolo a New York, anche per il suo incarico all'Onu - la piccola e media impresa deve poter arrivare ovunque puntando sulla qualità dei suoi prodotti e sull'innovazione. Questi sono solo i primi di una serie di accordi che si intendono stipulare con organizzazioni straniere che possano contribuire alla crescita e all'incremento dello sviluppo economico e sociale delle imprese milanesi e che si collocano all'interno del progetto Punto Impresa Milano International».

sviluppo economico
e sociale

INFO APIMILANO
Servizio Estero
Tel. 02.67140226-228
estero@apimilano.it

Sicurezza sul lavoro: cambiano le regole

Apimilano ha promosso un modello di organizzazione, gestione e controllo aziendale per la sicurezza

La Legge 3 agosto 2007 n. 123 «Misure in tema di tutela della salute e della sicurezza sul lavoro e delega al Governo per il riassetto e la riforma della normativa in materia» ha introdotto una serie di disposizioni immediatamente precettive, quali: sospensione dell'attività imprenditoriale, aumento significativo delle sanzioni pecuniarie, valutazione dei rischi delle interferenze, indicazione specifica dei costi relativi alla sicurezza nei contratti di appalto, tessera di riconoscimento per chi opera in regime di appalto o subappalto, etc... La novità che determina il maggiore impatto sulle imprese e' introdotta dall'articolo 9 della Legge 123/07, che ha modificato il Decreto Legislativo 231/01 aggiungendo al suo interno l'articolo 25-septies: «l'estensione della responsabilità dell'ente ai reati di omicidio colposo e lesioni colpose gravi e gravissime, commessi in violazione della normativa antinfortunistica e sulla tutela dell'igiene e della salute sul lavoro».

Il D.Lgs 231/01 stabilisce che gli enti forniti di personalità giuridica, le società e le associazioni anche prive di personalità giuridica sono responsabili per i reati commessi nel loro interesse o nel loro vantaggio, anche per violazione delle norme sulla sicurezza nel caso di omicidio colposo e lesioni colpose gravi (per esempio, lesioni dalle quali deriva un'incapacità di svolgere le ordinarie occupazioni per un tempo superiore a quaranta giorni) o lesioni colpose gravissime (per esempio, lesioni dalle quali deriva una malattia insanabile, la perdita di un senso, di un arto, la perdita dell'uso di un organo, la deformazione o lo sfregio del viso).

«Un evento è considerato colposo quando, anche se preveduto, non è voluto, ma si verifica a causa di negligenza o imprudenza o imperizia, ovvero per inosservanza di leggi, regolamenti, ordini o discipline».

Pertanto, nei casi di infortunio che ricadono nell'ambito sopra descritto, potrebbe essere applicata una sanzione pecuniaria in misura non inferiore alle mille quote, ossia la sanzione potrebbe superare 1.500.000 euro.



Inoltre, nel caso di condanna, il giudice potrebbe applicare anche le sanzioni interdittive, che riguardano il divieto di contrattare con la pubblica amministrazione, l'interdizione dall'esercizio dell'attività, la sospensione o la revoca delle autorizzazioni, delle licenze o delle concessioni, l'esclusione da agevolazioni, da finanziamenti, il divieto di pubblicizzare beni e servizi.

La responsabilità dell'ente potrebbe, però, essere esclusa adottando, prima della commissione del reato, un **modello aziendale di organizzazione, gestione e controllo**. Tale modello deve essere attuato efficacemente e controllato costantemente.

Il servizio ASQ sta elaborando un sistema per fornire alle aziende associate gli strumenti per implementare tale modello di organizzazione, gestione e controllo.



regole

231/01

INFO APIMILANO
Servizio ASQ
Tel. 02.67140301
asq@apimilano.it

La formazione continua...

Apimilano ha da poco costituito Apiformazione, naturale prosecuzione dell'attività svolta negli anni da Apimilano in ambito formazione

Apiformazione partecipa al sistema formativo nazionale paritetico di categoria coordinato dal Fapi e dalle sue articolazioni regionali. Il Fapi - Fondo Formazione Pmi - è lo strumento innovativo a disposizione delle imprese e dei lavoratori per finanziare la formazione. Il Fapi è stato voluto da Confapi, Cgil, Cisl e Uil ed è l'interlocutore dell'impresa per garantire contributi finanziari ai progetti di formazione aziendali finalizzati all'aggiornamento professionale ed al progresso delle competenze per la formazione continua dei lavoratori.

Le parti sociali costituenti il Fapi, agendo in un'ottica di bilateralità, promuovono iniziative per sviluppare le politiche formative attraverso il metodo della negoziazione e con l'obiettivo di finanziare piani formativi aziendali, territoriali, settoriali. Apiformazione ha per fini istituzionali la promozione, l'organizzazione, l'attuazione, nel proprio ambito territoriale di:

- iniziative di prima formazione per i giovani che entrano nel settore lavorativo;
- iniziative di formazione continua;
- qualificazione, riqualificazione, specializzazione ed aggiornamento per operai, impiegati amministrativi, tecnici e quadri secondo le esigenze del mercato del lavoro.

L'ente svilupperà attività di ricerca e formazione e provvederà alla pubblicazione di bollettini informativi e di testi specializzati utili al raggiungimento dei suoi scopi; inoltre fornirà consulenze alle imprese, organizzando anche attività formative specifiche su richiesta delle stesse. A settembre l'ente ha ottenuto la certificazione ISO 9001:200 per l'attività di «corsi di formazione aziendale ed interaziendale a supporto della gestione e dello sviluppo delle piccole e medie imprese e dei singoli utenti, nonché attività di orientamento per l'inserimento nel mondo del lavoro», quale primo ed essenziale passo per procedere all'accreditamento presso la Regione Lombardia. In considerazione del necessario accreditamento regionale che comporta tempi tecnici da definire, il prospetto economico elaborato va considerato coincidente con l'attività dell'area formazione di Apimilano che dovrà essere conferita all'ente a seguito di formale costituzione e di perizia circa il valore del conferimento.



Un data base comune per Apiformazione e Fondo Dirigenti PMI

Il primo progetto intrapreso da Apiformazione è stato pensato per rispondere all'esigenza manifestata dal Fondo Dirigenti PMI di portare a conoscenza della possibile utenza le opportunità offerte dal fondo ai dirigenti per i propri aderenti e, attraverso questo, aumentare gli aderenti al fondo stesso. A questo fine, si è deciso di elaborare un data base fruibile via web per la raccolta, l'archiviazione e la rielaborazione delle informazioni relative alle aziende ed ai dirigenti già e potenzialmente aderenti, nonché il caricamento delle informazioni raccolte. Nel corso dell'iniziativa è stato rintracciato il numero telefonico di oltre mille aziende. La sensibilità dimostrata in merito al tema della formazione e la disponibilità a fornire informazioni è risultata diversa in funzione delle regioni di appartenenza delle aziende. La conoscenza media in merito alla formazione è comunque risultata incrementabile attraverso iniziative mirate di promozione. Gran parte delle aziende non sa di aderire a fondi interprofessionali e non conosce né le modalità di funzionamento né le opportunità che questi nuovi strumenti bilaterali di formazione continua offrono. Questa situazione suggerisce l'opportunità di interventi di branding per quanto riguarda il Fondo Dirigenti PMI e di informazione circa i servizi erogati. Dal punto di vista numerico la campagna ha consentito di raccogliere una molteplicità di informazioni e di organizzare le stesse per mezzo del data base funzionalmente a future campagne di marketing. Per tutte queste aziende è stato predisposto un dossier informatizzato.





LE PROPOSTE FORMATIVE PER IL 2007

Il **Fondo Dirigenti PMI** - Fondo per la formazione professionale continua dei dirigenti delle piccole e medie imprese industriali, costituito da Confapi e da Federmanager il 2 luglio 2003 e riconosciuto dal Ministero del Lavoro e delle Politiche Sociali con D.M. 221/I/2003 del 4 agosto 2003 - intende procedere al finanziamento di «Piani formativi aziendali, interaziendali e individuali (semplici o integrati)», concordati tra le parti sociali allo scopo di favorire lo sviluppo, il potenziamento e l'innovazione delle competenze manageriali nelle pmi.

I piani formativi possono essere:

- **Aziendali**, che interessano una singola azienda.
- **Interaziendali**, che interessano un insieme di aziende.
- **Individuali (semplici o integrati)** che interessano un singolo dirigente e vengono sostenuti dal Fondo attraverso il finanziamento di singoli voucher formativi

Sono destinatari delle attività tutti i dirigenti occupati per i quali esista l'obbligo del versamento del contributo integrativo di cui all'art. 25 della legge 845/1978

Il Fondo Dirigenti PMI attiva temporaneamente uno sportello per l'accoglimento e la valutazione delle domande di finanziamento dei Piani formativi.

Le domande di finanziamento possono essere inviate alla sede operativa del Fondo Dirigenti PMI (Corso di Porta Romana 51 - 20122 Milano), in qualsiasi momento a partire dalla data di pubblicazione dell'avviso e presentate entro il 15 di ciascun mese. Le relative graduatorie saranno approvate entro il 25 di ciascun mese. Le domande di finanziamento inviate dopo i termini sopra indicati verranno prese in considerazione, ai fini della valutazione, nel mese successivo.



Una donna alla guida di Api Monza e Brianza

Il Consiglio di Apimilano lo scorso 24 settembre ha affidato a **Cristiana Scalfi** la guida di Api Monza e Brianza, la sede di Apimilano sul territorio della nuova Provincia di Monza e Brianza

Una giovane imprenditrice guiderà il distretto brianzolo valorizzando le specificità delle aziende associate e consolidando le attività progettuali e di indirizzo politico, necessarie a rendere l'associazione delle piccole e medie imprese parte attiva anche nella costituzione della Provincia di Monza e della Brianza. Milanese di nascita, 38 anni, Cristiana Scalfi è socia di Ocmea Srl, azienda specializzata in trancitura, assemblaggi, minuteria meccanica, molle industriali e cordoni multicapi cerati. Scalfi è membro di Apid Milano e provincia, il gruppo donne di Apimilano. Ad Apimilano sono associate più di 3 mila piccole e medie imprese (di cui il 20% circa in Brianza), in prevalenza manifatturiere (85%).

«In una fase storica in cui le pmi devono essere capaci di fare squadra per sostenere le sfide dei mercati e della competitività – ha dichiarato Scalfi – ribadiamo la volontà politica di presentarci alle nascenti istituzioni della Provincia di Monza e Brianza e alla neo costituita Camera di Commercio come un soggetto integrato e dal consistente peso specifico in termini associativi. E' nell'interesse delle imprese brianzole che Apimilano deve rivendicare sul territorio il ruolo di rappresentanza, ponendosi quale interlocutore autorevole nei confronti delle istituzioni locali».



capaci di fare squadra

interlocutore autorevole

API MONZA E BRIANZA PIU' VICINA ALLE IMPRESE

Nell'ambito delle nuove iniziative per le aziende associate Apimilano ha deciso di potenziare la propria presenza sul territorio di Monza e Brianza. In quest'ottica, tutti i servizi offerti sono disponibili anche presso il distretto Api Monza e Brianza, previo appuntamento. Gli sportelli fissi sono così settimanalmente strutturati:

- ASQ: lunedì mattina
- Estero: martedì mattina
- Fiscale: mercoledì
- Sindacale: giovedì pomeriggio
- Legale/Appalti: venerdì mattina

Con la stessa finalità sono state potenziate le attività seminari, i corsi di formazione finanziata e i corsi offerti da Apimilano Servizi in materia di sicurezza sul lavoro.



INFO API Monza e Brianza
Distretto Sud-Ovest
Tel. 0362 2224018
brianza@apimilano.it

Carlo Magani prende le redini del distretto Sudovest di Apimilano

Cambio ai vertici della delegazione sudovest di Apimilano. Carlo Magani è il nuovo presidente del distretto che da Abbiategrasso si estende fino a coprire Magentino, Castanese e Legnanese

Abbiatense di nascita, 55 anni, Carlo Magani è consigliere delegato e direttore tecnico-commerciale della Masserini Srl, azienda produttrice di metallo battuto in foglia e di materiali speciali per il settore della doratura, restauro e belle arti. Magani è anche membro di giunta Apimilano e guiderà la riscossa delle 500 pmi sparse nei 65 comuni del distretto abbiatense. Il presidente Magani ha subito posto un obiettivo ambizioso al suo mandato: «I prossimi tre anni dovranno essere caratterizzati da un forte impulso innovativo e propositivo. Dovremo puntare soprattutto su formazione continua, competitività e sviluppo nella sfida dell'internazionalizzazione e innovazione». Inoltre Magani si impegnerà a sviluppare lo spirito associativo, poiché solo facendo rete si riescono ad ottenere risultati concreti e a porsi come credibili interlocutori nei confronti del sistema politico - istituzionale locale.



IMPRENDITORI E SINDACI DEL SUDOVEST MILANESE A CONFRONTO

Durante la seconda edizione della «conviviale Apimilano», alla presenza di un centinaio di imprenditori, si è svolto un interessante dibattito tra i sindaci del sudovest milanese e alcuni rappresentanti del mondo produttivo locale. **Roberto Albetti**, sindaco di Abbiategrasso, **Loris Cereda**, sindaco di Buccinasco e **Roberto Zucchetti**, sindaco di Rho sono i neo eletti nelle amministrative del maggio 2007, **Luca Del Gobbo**, sindaco di Magenta è al suo secondo mandato.

Durante gli interventi i sindaci hanno manifestato l'intenzione di adottare politiche concertate per lo sviluppo: «vogliamo attirare nuove imprese», ha detto Roberto Albetti, sindaco di Abbiategrasso, «superando le carenze infrastrutturali e spingendo, assieme a Regione Lombardia, per ottenere un autentico federalismo fiscale e una maggiore efficienza della macchina pubblica». Accenno condiviso dal sindaco di Rho, Roberto Zucchetti, secondo il quale «la mentalità dell'ente pubblico deve cambiare radicalmente». Da parte dei sindaci, Magenta compresa, confermata la disponibilità a realizzare i nuovi piani di governo del territorio confrontando le scelte con imprenditori ed associazioni di categoria. Alla serata erano presenti aziende associate al nostro sistema ma anche una decina di imprese, provenienti da altre realtà associative, interessate a conoscere Confapi; tra gli ospiti c'erano alcuni funzionari dell'Istituto di credito Intesasanpaolo che, in qualità di partner dell'evento, ha voluto sponsorizzare l'iniziativa.



Roberto Albetti
Sindaco di Abbiategrasso



Loris Cereda
Sindaco di Buccinasco



Roberto Zucchetti
Sindaco di Rho



Luca Del Gobbo
Sindaco di Magenta

INFO APIMILANO
Distretto Sud-Ovest
Tel. 02.94969793
sudovest@apimilano.it

Il Codice Appalti in «salsa regionale»

A seguito dell'entrata in vigore del Codice dei Contratti Pubblici, predisposto per uniformare la materia dei contratti stipulati dalle P.A., in attuazione delle direttive CE, alcune regioni hanno emanato autonome discipline sulla stessa materia

La regione Veneto, con l.r. 17/07 dell'agosto scorso, ha modificato alcuni temi del predetto codice. La regione Toscana ha emanato il "proprio" codice appalti, con l.r. 38/07 del 16.9.2007. Dal 19 settembre 2007 è in vigore anche la l.r. 3/07 della regione Campania, rivisitazione locale del codice nazionale. Altre leggi sono in via di emanazione da parte delle regioni Liguria e Piemonte. La peculiarità delle rivisitazioni normative regionali della disciplina degli appalti pubblici risiede nel fatto che le regioni hanno modificato alcuni istituti rispetto alla normativa statale e comunitaria. Ad esempio, in tema di anomalia dell'offerta nelle gare sotto soglia comunitaria, a fronte di una norma (del Codice) che disponeva la facoltà dell'amministrazione banditrice di prevedere nella *lex specialis* l'esclusione automatica di una partecipante la cui offerta risultasse anomala, la regione Campania ha imposto normativamente l'esclusione automatica delle offerte anomale, senza la previsione di subprocedimenti di verifica. Il Veneto, sulla stessa questione, ha disposto in senso contrario, rinunciando alla facoltatività dell'esclusione e indicando come obbligatoria la verifica dell'anomalia, anche sotto soglia. Ancora, sull'obbligatorietà della presentazione delle giustificazioni preventive unitamente all'offerta per tutte le partecipanti, ex art. 86 comma 5 del Codice, alcune regioni hanno sancito, in senso diametralmente opposto, l'obbligo di presentare le giustificazioni solo per le imprese la cui offerta risultasse anomala e a seguito di richiesta della stazione appaltante.

Anche in merito alla scelta del criterio di selezione, tra aggiudicazione al massimo ribasso o all'offerta economicamente più vantaggiosa, laddove il Codice conferisce la facoltà di scelta alle pubbliche amministrazioni, alcune regioni hanno limitato la possibilità di ricorrere al criterio del prezzo più basso solo a casi eccezionali e motivati. Questi sono solo alcuni esempi delle divergenze normative create dall'emanazione dei codici regionali per gli appalti pubblici, ed è di tutta evidenza che una simile difformità tra la disciplina nazionale e regionale rischia di trasformare in caos normativo ciò che era stato creato al precipuo scopo di ordinare e regolamentare la materia. Per le imprese operanti a livello nazionale una simile realtà normativa non potrebbe che arrecare difficoltà operative, come, d'altro canto, identico pregiudizio verrebbe sopportato dalle stazioni appaltanti le quali, oltre a dover applicare una legge regionale in contrasto con quella nazionale, si vedrebbero coinvolte da un probabile aumento del contenzioso, generato dalla confusione normativa, a danno della speditezza ed efficienza dell'operato della pubblica amministrazione.



La posizione del Governo

Il Governo ha già impugnato, innanzi alla Corte Costituzionale, le leggi regionali finora emanate in contrasto con il codice appalti, contestando la violazione dell'art. 117 della Costituzione e di riflesso del Codice, nelle materie riconosciute dallo stesso di competenza esclusiva del legislatore statale. Lo stesso codice indica chiaramente, all'articolo 4, quali siano le materie di competenza concorrente o esclusiva delle Regioni e quali quelle riservate solo allo Stato, facendo propri i principi dettati nell'art. 117 Cost. e più volte confermati dalla Corte Costituzionale (sentenze C.Cost. 303/2003 e 272/2004). L'art. 117 citato attribuisce alla competenza esclusiva dello Stato materie quali la tutela della concorrenza, la giurisdizione e le norme processuali, l'ordinamento civile e penale, l'ordine pubblico e la sicurezza, la previdenza sociale e la tutela dei beni culturali, mentre riserva alla concorrenza legislativa tra Stato e Regioni una serie di materie, espressamente elencate, tra le quali la tutela e sicurezza del lavoro, la tutela della salute, l'alimentazione, le grandi reti di trasporto e di navigazione, ed altre; infine, delega alle Regioni la potestà normativa sulle materie «non espressamente riservate alla legislazione dello Stato». Negli elenchi tassativi formulati per le materie di competenza normativa esclusiva e concorrente, tuttavia, non viene indicata la materia degli appalti perché gli appalti pubblici non sono una unica materia, ma comprendono e coinvolgono una





serie di competenze e materie trasversali, quali la tutela della concorrenza (attraverso la qualificazione e selezione dei contraenti e le gare in genere), l'ordinamento civile (attraverso il contenzioso in materia di appalti), e, a seconda dell'oggetto dell'appalto da affidare, la disciplina specifica prevista per quell'oggetto (si pensi, ad esempio, all'alimentazione per gli appalti di servizi mensa, o ai trasporti). La materia degli appalti pubblici non può, quindi, essere considerata unitaria, ma interferisce in molteplici ambiti di legislazione: a seconda dell'oggetto dell'appalto, o della fase della procedura. In merito, l'art. 4 del Codice dei Contratti Pubblici dispone correttamente che le regioni, nel rispetto dell'art. 117 Cost., non possano prevedere una disciplina diversa da quella del codice in relazione: alla qualificazione e selezione dei concorrenti, alle procedure di affidamento, ai criteri di aggiudicazione, al subappalto, ATI e avvilimento, ai poteri dell'Autorità per la vigilanza di Roma, alle attività di progettazione e ai piani di sicurezza, alla stipulazione e all'esecuzione dei contratti, al contenzioso. Le materie appena elencate debbono essere sottratte alla competenza legislativa regionale per il solo motivo che rientrano nelle materie costituzionalmente riservate alla competenza esclusiva dello Stato; questa disposizione è, quindi la diretta conseguenza del disposto dell'art. 117 della Costituzione e non poteva essere disattesa dalle recenti leggi regionali in materia di appalti.

L'interpretazione delle Regioni

Le Regioni, al contrario, hanno ritenuto di essere titolari della potestà legislativa sulla generale materia appalti pubblici per il solo fatto che la stessa non sia richiamata nell'elenco delle competenze espressamente riservate e, pertanto, dovesse essere attribuita alla competenza legislativa regionale. Su questo aspetto, si è già pronunciata, anche di recente, la stessa Corte Costituzionale, con sentenza 6 luglio 2007, n. 256, confermando che «*la mancata inclusione dei lavori pubblici nell'elencazione dell'art. 117 Cost. non implica che essi siano oggetto di potestà legislativa residuale delle Regioni. Si tratta infatti di ambiti di legislazione che non integrano una vera e propria materia, ma si qualificano a seconda dell'oggetto al quale afferiscono e pertanto possono essere ascritti di volta in volta a potestà legislative esclusive dello stato ovvero a potestà legislative concorrenti*». In conclusione, va detto quindi che le discipline delle Regioni (ordinarie) dovranno essere, dunque, disapplicate dagli operatori del diritto, laddove dispongano in materia di gare e in contrasto con le norme del codice dei contratti pubblici, mentre avranno effetto e saranno applicabili solo se dispongano in materie di competenza concorrente (in conformità con i principi nazionali) o nelle materie residuali ulteriori.



Lufthansa e SWISS: partner ideali per i viaggi business

Apimilano e Lufthansa stringono una partnership per favorire gli spostamenti aerei dei piccoli e medi imprenditori. Con il programma Star Alliance Company Plus e Miles & More, tante le agevolazioni per le aziende

Un network capillare:

Lufthansa: 188 destinazioni in 79 paesi con l'orario invernale 2007/08, di cui 110 in Europa e 78 intercontinentali
 SWISS: 71 destinazioni in 42 paesi, di cui 43 in Europa e 28 intercontinentali.

Moderni Hub:

Francoforte, Monaco e Zurigo: Lufthansa e SWISS offrono tre dei più moderni e innovativi hub internazionali d'Europa, con servizi efficienti e tempi di transito ridotti.

First Class Terminal a Francoforte, First Class Area a Monaco, First Class Island a Zurigo: a terra servizi dedicati per il clienti più esigenti che volano in First Class Lufthansa o SWISS o con Lufthansa Private Jet.

I clienti che scelgono di volare Business Class hanno a disposizione le Business Lounge per potersi rilassare oppure lavorare tranquillamente in molti aeroporti. **Inoltre con il biglietto elettronico è possibile stampare la carta di imbarco online comodamente dal proprio computer, guadagnando così tempo prezioso ed evitando code ai banchi di check-in.**



Lufthansa Private Jet:

un prodotto esclusivo, che risponde sotto ogni aspetto alle crescenti esigenze di flessibilità e risparmio di tempo.

Lufthansa Private Jet offre collegamenti su misura per gli hub di Francoforte, Monaco e Zurigo e quindi per il network globale di Lufthansa e SWISS, anche in partenza dagli aeroporti più remoti (oltre 40 in Italia), e collega tra di loro oltre 1000 scali minori in Europa e nella federazione Russa.



INFO APIMILANO
 Apimilano Servizi
 Tel. 02.67140251
 www.apimilano.it



Punti per l'azienda con Star Alliance Company Plus

Le aziende riducono i costi di viaggio con Lufthansa e SWISS. Grazie a Star Alliance Company Plus, il programma di incentivazione appositamente studiato per le piccole e medie imprese, tutti i voli effettuati con Lufthansa, SWISS e le altre 8 compagnie aeree partner del programma (ANA All Nippon Airlines, Austrian, LOT Polish Airlines, Lufthansa Regional, SAS Scandinavian Airline, TAP Portugal, United ed Air One,) si trasformano in punti convertibili in premi.

L'adesione è semplice e gratuita tramite il sito:

www.staralliancecompanyplus.it

Tutti i dipendenti che viaggiano per lavoro contribuiscono a far crescere il conto aziendale e, nel contempo, continuano ad accumulare miglia sul programma individuale per viaggiatori abituali Miles & More.

Con i punti Company Plus si possono richiedere biglietti aerei gratuiti, upgrade dall'Economy alla Business Class, scegliere tra i numerosi articoli selezionati dal catalogo Worldshop, o convertirli in accredito monetario.



Le aziende associate Apimilano, iscrivendosi al programma, riceveranno un bonus di 1900 punti.

Miglia ai passeggeri con Miles & More



Miles & More è il programma di fidelizzazione per viaggiatori abituali di Adria, Air Dolomiti, Air One, Austrian, Croatia Airlines, LOT, Lufthansa, Luxair e SWISS. Con Miles & More è facile raccogliere miglia preziose volando anche con tutte le compagnie aeree facenti parte di Star Alliance, pernottando in hotel convenzionati, con le compagnie di autonoleggio partner, utilizzando la carta di credito Miles & More o facendo acquisti presso negozi convenzionati.

Le miglia raccolte si possono poi convertire in voli e upgrade gratuiti, per scegliere l'oggetto dei desideri tra gli oltre 300 articoli per la casa e il tempo libero, lo sport, i viaggi e il benessere proposti dal catalogo Worldshop, per abbonamenti a riviste e molto altro.

L'esclusivo accordo tra Apimilano e Miles & More permette a chi si iscrive tra il 1° novembre 2007 e il 31 gennaio 2008 tramite il modulo online dedicato sulla pagina www.apimilano.it di ricevere un welcome bonus di 3000 miglia.

partnership

Cisco per le PMI: soluzioni di comunicazione intelligenti, sicure e integrate in un'unica piattaforma, al costo di un caffè al giorno

Nasce la partnership tra Cisco e Apimilano per proporre alle PMI percorsi di evoluzione tecnologica personalizzati, volti ad ottimizzare i processi aziendali e a supportare la crescita, con condizioni economiche vantaggiose e soluzioni di leasing e finanziamento flessibili e competitive

CISCO SMART BUSINESS ROADMAP

Percorsi di innovazione tecnologica graduali e personalizzati

Cisco, leader mondiale in soluzioni di connettività di rete basate su IP, supporta le aziende con tecnologie avanzate di routing e switching, di sicurezza, di storage, oltre che con l'offerta di un sistema di comunicazione integrata che riunisce in un'unica piattaforma voce, dati, video, sicurezza e funzionalità wireless, per consentire alle PMI di ottimizzare la comunicazione con i propri clienti e l'operatività a livello aziendale.

Cisco conosce a fondo le sfide che le PMI devono affrontare. Al fine di supportare, quindi, le loro esigenze di crescita, flessibilità e sicurezza, Cisco offre percorsi di evoluzione tecnologica pianificati e strutturati – **Cisco Smart Business Roadmap** – adatti a soddisfare le priorità attuali di ogni azienda, ma in grado di garantire nel contempo l'apertura a sviluppi futuri per allinearsi agli obiettivi di medio e lungo termine.

Con le soluzioni Cisco, le PMI possono conseguire un miglioramento dell'efficienza operativa, modalità di interazione più tempestive e personalizzate con i propri clienti, un significativo contenimento dei costi e un elevato livello di sicurezza delle proprie reti aziendali.

L'offerta che Cisco rivolge alle PMI si articola nelle seguenti soluzioni:

Cisco Secure Network Foundation – Piattaforma di comunicazione flessibile, offre sicurezza integrata e assoluta affidabilità dei dati, funzionalità wireless e di mobilità per aumentare la produttività dei dipendenti tramite un accesso sicuro, unico e immediato, in ufficio o fuori sede, a tutte le informazioni e le applicazioni aziendali. Diventa così possibile impostare LAN wireless autonome in edifici e filiali a costi nettamente inferiori rispetto all'affitto delle linee telefoniche.

Cisco Self-Defending Network – Soluzione con funzionalità di sicurezza integrate in tutti gli elementi dell'infrastruttura di rete (applicazioni, desktop, laptop, telefoni IP, server, router, switch e access point wireless) per proteggere il network da minacce interne ed esterne e garantire così un miglioramento dei processi aziendali e una riduzione dei costi.

Cisco Business Communication Solution – Soluzione che integra voce, dati, video, sicurezza e connessione wireless in un'unica piattaforma, in grado di interagire con le applicazioni gestionali più diffuse, quali agenda, email e CRM. Questa soluzione rende più efficace e immediata la collaborazione tra dipendenti, clienti, fornitori e partner, garantendo elevati livelli di sicurezza in ogni punto della rete.

CISCO CAPITAL EASY LEASE:

Rivitalizzare le comunicazioni con i propri clienti al solo costo di un caffè al giorno*

Nell'ambito della convenzione stipulata con Apimilano, Cisco offre alle aziende associate condizioni commerciali vantaggiose e la possibilità di usufruire di un servizio post vendita di elevata professionalità per garantire una corretta implementazione della soluzione Cisco.

Inoltre, Cisco propone un programma di finanziamento flessibile, 'Easy Lease', offerto da Cisco Capital e specificatamente rivolto alle aziende di piccole e medie dimensioni.

Si tratta di un piano di finanziamento semplice e conveniente che consente di allentare la pressione di budget e assicurare la disponibilità del flusso di cassa, il tutto a un costo pari a quello del caffè abituale*.

Grazie a termini contrattuali chiari e a rate competitive, Easy Lease consente alle PMI di implementare una rete tecnologica avanzata in grado di favorire e sostenere il successo dell'azienda.

Con Easy Lease è quindi possibile adottare le tecnologie Cisco più innovative, potendo al contempo tutelare il proprio flusso di cassa, accedere ad eventuali upgrade tecnologici senza investimenti aggiuntivi, garantire flessibilità alla propria infrastruttura di rete grazie a un percorso di implementazione graduale, in linea con le proprie esigenze.

Periodicamente sono applicabili soluzioni promozionali a Tasso 0%.

*Calcolo basato sul costo giornaliero per un utente per una configurazione tipica di un minimo di 4 persone. Ulteriori dettagli sono disponibili su richiesta. Prezzi corretti al 31 agosto 2007. Cisco Systems Inc. e le sue associate non impongono i prezzi di vendita ai rispettivi distributori; i prezzi, quindi, sono suscettibili di variazioni.



INFO APIMILANO
Apimilano Servizi
Tel. 02.67140251
www.apimilano.it

mondo api



63

INFORMAZIONI COMMERCIALI SU MISURA

Prima Card
Prima Card
Informazioni commerciali online

Prima Card è la prima tessera ricaricabile che consente di avere le informazioni commerciali on line, in maniera semplice ed immediata. Grazie alla convenzione con Apimilano tutti gli associati avranno la possibilità di effettuare visure camerali, controllare protesti, visualizzare bilanci, direttamente sul proprio personal computer in tempo reale e a costi contenuti. La vera novità di questo prodotto è che finalmente rende le informazioni commerciali accessibili davvero a tutti.

Prima Card è utilizzabile sia in modo intensivo, sia sporadicamente, in quanto non prevede costi di abbonamento o gestione del servizio.

Tutti gli associati potranno acquistare le tessere presso la nostra sede, in tagli da 10, 20 o 50 €; è inoltre possibile ricaricare il proprio credito online tramite il sistema Paypal. Grazie all'accordo sottoscritto con Prima Card, riceverete 10 € di servizi in omaggio ogni 100 € di servizi utilizzati; per ottenere tale bonus è sufficiente digitare il codice di convenzione API durante la registrazione al sistema.

Una volta in possesso della tessera Prima Card, o della propria carta di credito se si vuole ricaricare online, sarà sufficiente registrarsi sul portale www.primacard.it e, ricevuta l'e-mail con la User ID e password, sarà possibile entrare nel sistema per digitare il codice di ricarica con cui si ottiene il credito per ricercare le informazioni commerciali.

Listino Prezzi:

- Visura Camerale: € 4.50
- Controllo Protesti: € 0.50
- Dettaglio Protesti € 0.90
- Scheda Socio € 5.00
- Sintesi € 5.00
- Bilancio € 8.00
- Analisi € 9.50



**Per conoscere il codice convenzione della nostra associazione, o per maggiori informazioni sul servizio, è possibile contattare la nostra sede o il numero verde dell'assistenza clienti
Prima Card: 800 916 552**

online

NEW LAGUNA, PERFETTA SINTESI TRA GRINTA E CONTROLLO

Dal lancio commerciale, a gennaio 1994, le prime due generazioni di Laguna hanno registrato vendite per oltre 2,3 milioni di unità. New Laguna è prodotta nello stabilimento francese di Sandouville, con un livello qualitativo mai registrato in precedenza. Destinata a preparare il ritorno di Renault nell'alto di gamma, New Laguna è stata progettata per essere robusta ed affidabile. Obiettivo dichiarato: imporsi nel top 3 del segmento in tema di qualità del prodotto e del servizio.

Il piacere di guida...

New Laguna è stata progettata per procurare un autentico piacere di guida. Dotata di una linea dinamica, fluida ed elegante che la colloca incontestabilmente nell'universo delle grandi stradiste, New Laguna rivela una linea ancora più esclusiva e distintiva nella versione SporTour. Il suo comportamento stradale di riferimento offre prestazioni dinamiche di spicco, grazie al telaio particolarmente reattivo e allo sterzo dalla precisione ineccepibile. Più grande ed abitabile rispetto al modello precedente, New Laguna riesce a guadagnare anche a livello della massa, con un alleggerimento di 15 kg in media ed offre un'ampia gamma di motorizzazioni (tutte associate a trasmissioni manuali o automatiche a 6 rapporti) performanti e dai consumi contenuti.



... in assoluta serenità

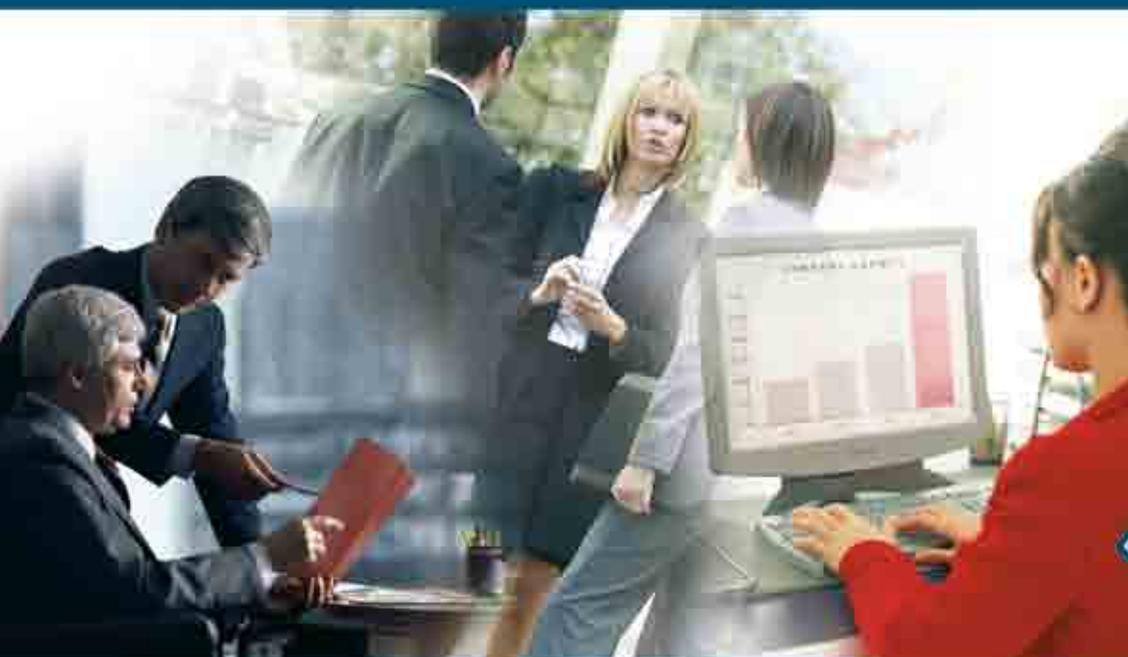
New Laguna procura una sensazione di serenità a tutti i passeggeri. In materia di protezione essa dispone della riconosciuta competenza di Renault nell'incidentologia reale e di tutte le recenti tecnologie ancora più innovative, in particolare per l'urto laterale, grazie ad un nuovo doppio airbag bacino/torace. Grazie ad una climatizzazione ampiamente dimensionata, il comfort termico è di alto livello. New Laguna beneficia altresì di un'acustica particolarmente curata che la posiziona come riferimento del segmento.

Con una versione economica ed ecologica premiata dalla firma Renault Eco², New Laguna dCi 110 cv consuma soltanto 4,9 litri per 100 km in ciclo misto, pari ad emissioni di 130 g di CO₂ al km. New Laguna rispetta l'ambiente, dalla fase di progettazione fino al riciclaggio.

NEW LAGUNA

CONFAPI

Le vostre imprese: *la nostra impresa*



Confapi tutela e promuove a tutti i livelli i reali interessi della piccola e media industria. Confapi è la voce degli imprenditori e delle imprenditrici che vivono quotidianamente le medesime esperienze, che si confrontano in egual misura con i problemi della produzione, del mercato nazionale e degli scenari globalizzati, della finanza, delle relazioni industriali, delle infrastrutture, che parlano con il medesimo linguaggio delle imprese. Uomini e donne d'impresa, autorevoli protagonisti nell'economia e sul territorio, sono gli autentici leader del Sistema Italia: Confapi lavora insieme a loro per valorizzarne il talento imprenditoriale, costruire concrete opportunità di sviluppo economico e sostenere il benessere del Paese.

Confederazione Italiana della Piccola e Media Industria Privata

Via della Colonna Antonina, 52 - 00186 Roma
Tel. +39 06 69015338 - Fax +39 06 6791488
www.confapi.org

IL SISTEMA CONFAPI PER L'EDUCAZIONE E LA FORMAZIONE



Sede legale:
Via della Colonna Antonina, 54
RM 00186 Roma
Sede operativa:
Via del Gesù, 62
RM 00186 Roma
Tel. +39 06 6977081
Fax +39 06 69925420
e-mail: info@fondopmi



Sede Legale:
Via Nazionale, 66
00184 ROMA
Sede Operativa:
Corso di Porta Romana, 51
20122 MILANO
Tel. +39 02 54123879
Fax. +39 02 54059405
www.fondodirigentipmi.it



Corso di Porta Romana, 51
20122 MILANO
Tel. +39 02 54123001
Fax. +39 02 54119604
e-mail: segreteria@fondazioneidi.it

La sfida dell'evoluzione

Finanziamento Innovazione e sviluppo, la scelta di chi vuole crescere.

Per le aziende che guardano avanti con programmi specifici di investimento, il finanziamento innovazione e sviluppo consente di sostenere le spese per aumentare il livello di competitività nazionale e internazionale ed il grado di innovazione tecnologica.

Perché senza evoluzione non c'è mai crescita.



GRUPPOMPS
www.mps.it