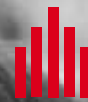


Il magazine per la Piccola e Media Impresa



api **milano** magazine

FOCUS

Una città-regione dal forte business appeal

GLOBAL LOCAL

Ma quanto esporta la Valve Valley...

EDUCATIONAL

Nel ricordo di Pessina un premio al futuro

Una politica per il manifatturiero

**IL PIL SI FA
CON IDEE E
PRODOTTI**

APIMILANO MAGAZINE

Anno V - Numero 1

Marzo 2010

Periodico trimestrale
a cura di Confapi Milano
Associazione delle piccole e
medie imprese di Milano, Monza
e Brianza, Lodi e delle relative
province - Aderente alla CONFAPI

Poste Italiane Spa - Sped. in Abb. Post. DL 359/2003 (conv. in L. 27.02.2004, n. 46) art. 1, comma 1, DCB Milano



PER I SOCI CONFAPI È UNA QUESTIONE D'IMMAGINE SCONTI FINO AL 15% PER I SOCI

Con un archivio online di oltre 2,5 milioni d'immagini, Olycom mette a disposizione contenuti che soddisfano a 360° le richieste tematiche dei propri Clienti.

Accedi alla promozione fornendo il codice: "055 Convenzione Cespim-Olycom".
Contattaci per ricevere informazioni.

www.olycom.it

50
1958 - 2008
OLYCOM

Soluzioni su misura per il benessere della tua azienda!

Ticket Restaurant: il piacere della pausa pranzo!

Libertà di spesa e qualità del servizio per offrire ai tuoi collaboratori la pausa pranzo ideale.

- ▶ Deducibili e con IVA al 4% detraibile
- ▶ Servizio all inclusive
- ▶ Esenti da oneri fiscali e previdenziali fino a 5,29 euro al giorno



Ticket Compliments: emozioni di valore!

I buoni regalo per fare shopping e il pieno di benzina, ideali per chi dona e per chi riceve.



- ▶ Deducibili e con IVA al 20% detraibile
- ▶ Facili da utilizzare e subito fruibili
- ▶ Spendibili in oltre 8.000 punti shopping e sul sito www.ComplimentStore.it

**Pensa al benessere della tua azienda,
prenditi cura dei tuoi collaboratori!**

in Copertina



Secondo un recente rapporto, alla domanda «se la sua impresa ne avesse la possibilità, suggerirebbe l'apertura di una sede a Milano?», il 51% degli intervistati risponde negativamente. Un dato che indica che nel territorio meneghino c'è ancora tanto da fare. Una burocrazia che inquina il mercato e danneggia le imprese, l'incapacità di ascoltare la voce di chi ogni giorno, con caparbia e passione, fa «ripartire le macchine» nonostante il clima di incertezza, la mancanza di una riforma fiscale che tenga conto anche delle esigenze delle piccole e medie imprese, fa sì che l'elenco delle fabbriche trasformatesi in «luoghi della memoria dell'architettura industriale» - sterili capannoni abbandonati - dimenticate dai più, immortalate da pochi (come il fotografo Aurelio Spinelli di Sesto San Giovanni intervistato in questo numero) diventi ancora più lungo. Il posizionamento competitivo del capoluogo meneghino su base internazionale è, infatti, fortemente influenzato da fattori che derivano dal sistema-Paese come i livelli retributivi inferiori alla media delle grandi metropoli occidentali, la difficoltà di accesso al credito, la lentezza del sistema giudiziario, l'alta pressione fiscale e l'elevato costo del lavoro a causa del cuneo fiscale, gli oneri burocratici per l'apertura di un business. Eppure bisognerebbe saper valorizzare quel ruolo del capoluogo meneghino come polo commerciale, distributivo e logistico per l'accesso all'intero mercato nazionale oltre che, alle aree a forte intensità industriale che si trovano nella città-costellazione.

Giusto quindi puntare su quelle eccellenze in termini di manifattura che il territorio esprime ma per farlo gli imprenditori devono poter contare anche su infrastrutture competitive. Un primo passo in questo senso è rappresentato dall'accordo di cooperazione industriale firmato tra Sea e Sacbo ma come sostiene il presidente di Confapi Milano Paolo Galassi «sarebbe importante sviluppare una piattaforma più estesa coinvolgendo in questa alleanza anche Piemonte e Veneto, in modo da passare da una concorrenza su scala locale a una competitività di sistema su scala più ampia connessa, ad esempio, con il corridoio dell'Alta Velocità Milano-Trieste».

10

Paolo Galassi:
Sosteniamo il
manifatturiero



L'eccellenza
del food targata
Milano

23



Pmi network

- 6 CODEVINTEC ITALIANA - Dalla Regione un premio a un'azienda di famiglia
- 7 ORA ELETTRICA SPA - I custodi del tempo festeggiano 90 anni
- 8 GEO - Nuove opportunità per chi viaggia a metano
- 8 MGF SRL - Tecnologia chimica, emozioni per la stampa
- 9 COLOMBO GIUSEPPE SNC - Dove la qualità è di casa
- 9 MONDIALPUNTE SRL - Quando il business è questione di chiodo

Protagonisti

- 10 Galassi: «Il Pil si fa con idee e prodotti»

Partner & Co.

- 12 Per essere sempre sincronizzati con il business

Focus

- 14 Una città-regione dal forte business appeal
- 18 Le fabbriche di Sesto, la memoria dismessa

Spotlight

- 20 Mpi coglie e valorizza lo spirito d'impresa

Imprese dal vivo

- 23 Menu milanese per le tavole globali
- COMPAGNIA ITALIANA GENERALFRIGO:
• *La lavorazione della carne tra arte e tecnologia*
- COMPAGNIA MERCANTILE ITALIA:
• *Dalla tradizione l'eccellenza nelle conserve ittiche*
- ZAINI SPA:
• *Compie cent'anni la «dolce» impresa di famiglia*
- FARMO:
• *Se la bontà non è questione di glutine*

Global Local

- 28 In Arabia non è solo il petrolio a fare business
- 31 Ma quanto esporta la Valve Valley...

Lex & Codex

- 35 Riforme incisive per competere
- 38 Welfare e lavoro, novità in Finanziaria

Territori

- 42 Monza, giovani imprenditori crescono

Educational

- 45 Nel ricordo di Marco, un premio al futuro

Mondo Api

- 54 AFFARI GENERALI
- 58 FORMAZIONE
- 60 SINDACALE
- 62 DISTRETTI
- 64 ESTERO



28

In Arabia affari oltre l'oro nero



Le novità del pacchetto lavoro

38

Direttore responsabile:

Daniele Garavaglia
d.garavaglia@confapimilano.it

Redazione:

Silvia Villani
s.villani@confapimilano.it
stampa@confapimilano.it
Tel 02.67140267
Fax 02.93650980

Ufficio Studi:

Teresa Dallera
studi@confapimilano.it
Tel. 02.67140290
Fax. 02.93650980

Collaboratori:

Alessia Casale
Alberto Conte
Ilaria Cucchi
Claudia Ersico
Eleonora Ferrari
Cristiano Melardi
Aldo Messedaglia
Manola Perucconi
Gabriele Rossi
Claudio Sabbatini
Raffaella Salvetti
Anna Suss
Luisa Tacchini

Photogallery:

Walter Capelli
Stefano De Grandis
Olycom Srl

Progetto grafico e realizzazione:

Creatio
Via Cuttica, 10 - Quargnento (AL)

Ufficio Diffusione:

Servizio Comunicazione Confapi Milano
Tel. 02.67140307
stampa@confapimilano.it

Confapi Milano – Associazione delle piccole e medie imprese di Milano, Monza e Brianza, Lodi e delle relative provincie

Proprietario ed editore
Via Brenta 27, 20139 Milano
Tel. 02.671401 – info@confapimilano.it

*Presidente***Paolo Galassi***Direttore generale***Stefano Valvason****Stampa:**

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



Registrazione Tribunale
di Milano n. 14 del 16/01/2006
Responsabile del trattamento
dei dati personali (D.lgs 196/2003):
Associato all'Unione
Stampa Periodica Italiana

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

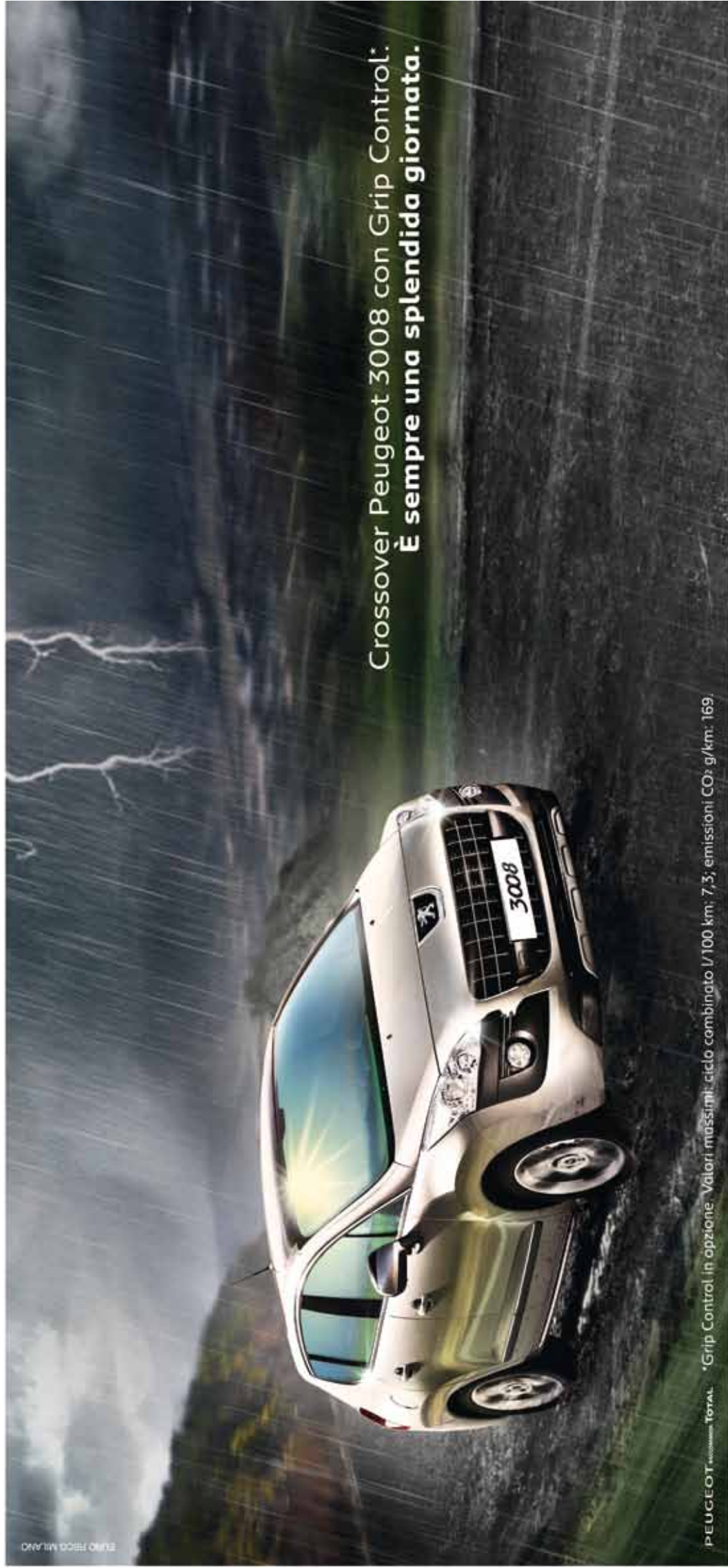
- ▶ Accor Service Italia srl
- ▶ Cavanna
- ▶ FAPI
- ▶ Olycom
- ▶ Peugeot Filiale Milano
- ▶ Research In Motion srl
- ▶ SIT - Camera di Commercio di Milano

I partner di Confapimilano**Apimilano Magazine**

Periodico trimestrale di informazione per la piccola e media industria sui temi di carattere economico, politico, istituzionale e culturale; è organo di stampa ufficiale di Confapi Milano. Propone interventi e riflessioni volti a promuovere e tutelare gli interessi delle imprese associate; servizi sul panorama imprenditoriale milanese e lombardo con esempi di eccellenza; indagini, studi di settore e analisi congiunturali in collaborazione con università e istituti di ricerca; approfondimenti di taglio pratico-applicativo per la gestione e lo sviluppo dell'impresa, la formazione e l'aggiornamento dell'imprenditore, la valorizzazione del capitale umano.

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.



Crossover Peugeot 3008 con Grip Control.
È sempre una splendida giornata.

PEUGEOT partner TOTAL *Grip Control in opzione. Valori massimi: ciclo combinato l/100 km: 7,3; emissioni CO₂ g/km: 169.



PEUGEOT 3008

La tecnologia Grip Control, in combinazione con i pneumatici "Fango&Neve", migliora la trazione su superfici con scarsa aderenza. Il motore 1.6 Diesel HDi 110 CV FAP* con cambio robotizzato a 6 marce e pneumatici da 16" o 17" limita le emissioni di CO₂ a 130 g/Km. Peugeot 3008: una tecnologia responsabile, attenta alla vostra sicurezza e rispettosa dell'ambiente.



PEUGEOT
MOTION & EMOTION

MILANO - VIA GALLARATE 199 - TEL. 02 300 80 71
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

FILIALE PEUGEOT MILANO

www.peugeotmilano.com

Fondata nel 1973, **Codevintec Italiana** è uno dei maggiori distributori di strumentazione e know-how nel campo delle scienze della terra, navigazione di precisione e 3D Imaging riconosciuto a livello internazionale. Grazie al progetto «**Dalla Geofisica alla Culla: la conciliazione tra famiglia e lavoro in Codevintec**», l'azienda è stata uno dei vincitori della seconda edizione del **Premio Famiglia Lavoro** la cui premiazione si è svolta lo scorso gennaio all'auditorium Giorgio Gaber presso il Palazzo della Regione Lombardia alla presenza del Presidente **Roberto Formigoni** e dell'assessore alla Famiglia e Solidarietà Sociale, **Giulio Boscagli**. Fulcro del progetto l'installazione di postazioni di telelavoro per due dipendenti con bambini piccoli, la creazione di buoni per la fruizione di servizi di baby-sitting a domicilio in occasione di momenti critici come le vacanze estive o i ponti scolastici e di emergenze per tutti i lavoratori e le lavoratrici genitori di minori sotto ai 12 anni che ne faranno richiesta l'assunzione con contratto a tempo determinato di due persone in part time per sostituire due dipendenti con figli piccoli ed esigenze di conciliazione che ridurranno il loro orario da full time a part time orizzontale reversibile. Riconosciuta a livello internazionale, l'azienda della famiglia Faccioli ha fornito la strumentazione per le imprese italiane più importanti in ambito scientifico. Per loro ora è giunto anche un importante riconoscimento. L'azienda di Confapi Milano è stata una L'azienda, nel corso degli anni ha operato a stretto contatto con le sedi centrali dei propri clienti, guadagnandosi così la fiducia di società ed enti di primaria importanza, tra cui le forze armate, la Protezione Civile, diversi ministeri e numerose università italiane. Ora che la tecnologia è facilmente a disposizione di tutti, l'esperienza dell'azienda di Via Labus 13 a Milano è il loro punto più forte. Nessun altro in Italia può vantare 38 anni nel settore. Dal 1973 l'azienda è stata, infatti, il maggior fornitore in Italia di sistemi ad alta tecnologia per le scienze della terra,

Dalla Regione un premio a un'azienda di famiglia



*Franco Faccioli ritira il premio dal presidente **Roberto Formigoni** e dall'assessore **Giulio Boscagli**.*

lanciando, ad esempio, negli anni Ottanta – quando alcuni strumenti sembravano fantascienza - la tecnologia Georadar per il monitoraggio in continuo del sottosuolo. L'esperienza della famiglia Faccioli porta vantaggi immediati per il cliente: consulenza professionale che permette di scegliere strumenti, configurazioni e software in perfetta aderenza alle necessità, la conoscenza degli aspetti tecnici latenti - problemi o potenzialità - che possono manifestarsi in un secondo tempo, conoscenza che si acquisisce solo con l'uso prolungato degli strumenti, l'integrazione di strumenti diversi grazie alle diverse professionalità presenti in azienda e ai diversi strumenti trattati, l'assistenza post-vendita con qualificato laboratorio interno che risolve i problemi tecnici senza dover spedire gli strumenti dal fornitore.



CODEVINTEC ITALIANA

Via Labus, 13

20147 Milano

Tel. 02 48302175

Fax 02 48302169

ORA ELETTRICA SPA

Ora Elettrica Spa, la società che gestisce gli oltre 1300 orologi verdi di Milano, prepara una serie di iniziative in occasione degli anniversari che ricorrono nel 2010.

Ora Elettrica SpA festeggia così il 90° anniversario della propria fondazione e i 135 anni di attività degli orologi milanesi. La doppia ricorrenza è stata comunicata ai milanesi attraverso la pubblicazione di un celebration book dedicato al "tempo" di Milano, intitolato "**OraMilano: il tempo della città**" di **Umberto David Govoni**.

Nucleo centrale del libro è la storia degli orologi cittadini – vera e propria eccellenza milanese – che ritrovano tra i propri antenati ideali i trecenteschi orologi di Sant'Eustorgio (1309) e di San Gottardo a Palazzo (1335). Documenti d'archivio e foto d'epoca del Civico Archivio Fotografico di Milano fanno da sfondo alle rievocazioni di alcuni dei più suggestivi luoghi della città. Il volume, ricco di inedite immagini contemporanee illustra la storia dell'azienda e l'evoluzione dell'impianto cittadino dalle origini sino ad oggi.

L'opera, patrocinata congiuntamente dall'assessore alla Casa **Giovanni Verga** e dall'assessore all'Arredo e Decoro Urbano **Maurizio Cadeo**, entrambi del Comune di Milano, è presentata in collaborazione con il Museo Nazionale della Scienza e della Tecnologia "Leonardo da Vinci". Un evento che sposta i riflettori su un'eccellenza milanese sino ad oggi piuttosto ignorata aprendo a riflessioni sul suo sviluppo futuro. OraElettrica è l'azienda fornitrice di molti degli impianti di alta pre-

cisione del nostro paese: dal totem di Count-Down dell'Alta Velocità di Milano al sistema orario della Camera dei Deputati, da centinaia di stazioni ferroviarie, aeroporti e ospedali italiani.

È in fase di studio ed ingegnerizzazione, tra l'altro, il Totem Count-Down per l'Expo del 2015 con un design moderno e che strizza l'occhio alla tradizione.

Ora Elettrica nasce a Milano il 15 novembre 1920 e diviene, nel 1949, società per azioni. All'iniziale specializzazione nella distribuzione dei migliori sistemi di fabbricazione tedesca per la rilevazione di presenze, l'azienda affianca una propria linea di orologi della quale cura la produzione, l'assemblaggio, la verifica e il collaudo sia per uso industriale che per esterno.

Nel 1929 l'amministrazione milanese sceglie Ora Elettrica per far rinascere la rete dell'ora pubblica cittadina, in esercizio già dal 1875. L'intervento porterà ad una completa ristrutturazione del sistema e alla sua estensione su tutto il territorio comunale sostenuto da un costante aggiornamento tecnologico. In ottanta anni Ora Elettrica ha creato a Milano un sistema che consta di oltre tremila quadranti radio sincronizzati, mantenendo in esercizio una tra le più longeve ed estese reti d'Europa.

Da diversi anni sull'impianto di Milano è in atto una sperimentazione con sistemi satellitari.

Al passo con l'espansione territoriale dei propri sistemi l'azienda ha creato una rete nazionale che, oltre alla base milanese, può contare sulle sedi di Bologna e Roma.

I custodi del tempo festeggiano 90 anni

Foto di Umberto **David Govoni** (DUG)

ORA Elettrica S.p.A.

Via Filanda, 12

20010 San Pietro all'Olmo (MI)

Tel. 02 93563308

Fax 02 93560033

**ORA
ELETTRICA**

PMI NETWORK

GEO SPA

Nuove opportunità per chi viaggia a metano

Geo e Plurienergia hanno inaugurato lo scorso dicembre l'impianto metano auto in via Amoretti 93, Milano. Un nuovo passo avanti per un mondo più pulito; l'impianto, infatti, è il primo di una serie che formerà una rete che oltre a vendere metano per l'auto si occuperà del micro business energetico (gas ed energia elettrica per la casa) e di prodotti e servizi sulle fonti rinnovabili. Le prossime aperture previste sono a Carpiano (Mi), San Giovanni Persiceto (Bo), Milano, in via Corelli e a Legnano (Mi).

La mission di Geo parte dal presupposto che il metano è rispettoso dell'ambiente, perché non produce PM10, l'elemento più inquinante per la salute e a oggi rappresenta il combustibile più conveniente per l'automobile, più del GPL, in funzione del maggior potere energetico che consente una percorrenza chilometrica superiore.

«La ragione principale del minore sviluppo dell'autoparco a metano – ha spiegato Luca Parmeggiani, amministratore unico di Geo – è la rete di distribuzione stradale e soprattutto autostradale poco ramificata. La Lombardia, in questo senso sta facendo dei grandi passi in avanti in direzione di una maggiore diffusione dei distributori di metano. L'intenzione è quella di favorire la nascita di nuovi impianti in maggior parte nelle zone di grande concentrazione d'inquinanti».



Luca Parmeggiani, durante l'inaugurazione dell'impianto di via Amoretti

GEO

GEO SPA

Via Abbadesse, 54
20124 Milano
Tel. 02 29529839
geo@geometanospa.it

M.G.F.



Tecnologia chimica, emozioni per la stampa



M.G.F. divisione della MECGRAF S.r.l.

Via Tavernelle, 15
26854 Pieve Fissiraga (LO)
Tel. +39 0371 252911
Fax +39 0371 211506
www.mgfsrl.com
info@mgfsrl.com

Dinamismo ed innovazione. Il successo di MGF nasce da queste due parole, ed è il frutto di oltre 20 anni di continua ricerca ed evoluzione tecnologica per il miglioramento dei prodotti e dei servizi offerti. Una crescita costante, sviluppata attraverso la messa a punto di un know-how esclusivo grazie al quale è in grado di soddisfare ogni esigenza dell'industria grafica. Con sede a Lodi, MGF è una solida realtà industriale che spazia dalla formulazione di solventi, additivi, vernici e quant'altro necessita la sala stampa alla produzione e distribuzione di particolari componenti per i macchinari in essa utilizzati. Inoltre, per assicurare al cliente la migliore gestione logistico-produttiva, MGF mette a sua disposizione un team altamente qualificato ed un'area di 10.000 mq appositamente strutturata per garan-

tire la qualità di ogni fase del processo produttivo. La costante crescita e l'allargamento ed il miglioramento dei servizi offerti, grazie anche all'acquisizione di alcuni dei più importanti marchi del settore, sono dati che confermano il continuo sviluppo di MGF. Questa straordinaria capacità ha consentito all'azienda di entrare nel mercato internazionale con un'offerta di prodotti e servizi davvero competitiva. Grande attenzione viene dedicata alla ricerca e sviluppo di sempre nuovi prodotti, nonché al perfezionamento di quelli esistenti. Il laboratorio interno, infatti, è dotato di tutte le apparecchiature necessarie per il controllo delle materie prime, del processo produttivo e del prodotto finito. Tutto ciò permette di fornire soluzioni - di prodotto e di servizio all'avanguardia rispondendo con successo all'evoluzione del mercato.

M.G.F.

COLOMBO GIUSEPPE SNCCOLOMBO GIUSEPPE
QUALITÀ DI FERRO DAL 1968**Dove la qualità è di casa****COLOMBO GIUSEPPE snc**

Via Strauss, 26/28

20038 Seregno (MI)

Tel. 0362 230600

Fax 0362 325858

email: contatti@colombogiuseppesnc.it

Dal 1968 **Colombo Giuseppe snc** produce articoli in filo di ferro e acciaio inox. La società di via Strauss a Seregno inizialmente realizzava ripiani per frigoriferi ed espositori; successivamente, per far fronte alle esigenze di un mercato che richiedeva prodotti di elevata qualità, ha esteso la sua produzione ad un'ampia gamma di articoli che interessano diversi settori, dall'arredamento per abitazioni e uffici alle forniture industriali. Composta da risorse altamente specializzate in grado di offrire un elevato livello di servizio, l'azienda comprende l'assistenza e consulenza nelle fasi di studio e realizzazione dei progetti. Impiegando una moderna tecnologia,

Colombo Giuseppe snc è in grado di produrre qualsiasi tipo di oggetto in filo partendo da un progetto finito o collaborando con il cliente allo sviluppo dello stesso. Grazie ad una struttura estremamente flessibile, la società realizza produzioni che vanno da un minimo di 50 pezzi ad un massimo di 5.000 pezzi, con finiture: plastificazione, rilisciviazione, zincatura, cromatura e verniciatura. La merce può essere consegnata, su richiesta, con imballo personalizzato. La qualità dei prodotti e l'esperienza maturata permettono all'impresa di via Strauss di poter contare su una clientela fidelizzata, creando un rapporto di fiducia che dura da anni.

COLOMBO

MONDIALPUNTE SRL

Fondata nel 1944, **Mondialpunte srl** iniziò la produzione di semenze in acciaio dolce per la fabbricazione delle scarpe. Dalla materia prima di acciaio (vergella) utilizzando tutti i processi produttivi quali trafilatura, ricottura, stampaggio, pulitura e finitura superficiale protettiva, ha offerto agli operatori tutti i tipi di semenze e chiodi necessari alla fabbricazione delle calzature secondo le tecnologie in uso. Successivamente, ha ampliato la gamma dei prodotti con fili bobinati utilizzati nel settore calzaturiero e in altri campi.

L'obiettivo primario è sempre stato la qualità dei prodotti. Collaborando con i fabbricanti di macchine, la società Mondialpunte ha potuto diventare un'azienda leader del settore, presente ormai in tutti i paesi del mondo. Ha inoltre realizzato una semenza "brevettata" che raggruppa in sé tecnologia, qualità, economicità ed elevato rendimento. Mondialpunte produce anche chiodi speciali e grazie alla sua organizzazione tecnica è in grado di soddisfare richieste, per specifiche esigenze della clientela, a disegno e con materiali speciali.

Quando il business è questione di chiodo**MONDIALPUNTE SRL**

Via Monterosa, 5/7

20081 Abbiategrasso (Milano)

Tel. 02 94967103

Fax 02 9466163

nadia@mondialpunte.it

MONDIALPUNTE

Galassi: «Il Pil si fa con idee e prodotti»

Per il presidente di Confapi Milano il vero rilancio del sistema economico deve partire dalla riforma fiscale e dall'incentivazione a investire nel manifatturiero, anche per accompagnare e potenziare i primi deboli segnali di ripresa del territorio

«La politica deve rendersi conto di una questione: questo Paese ha bisogno di riforme, a cominciare da quella fiscale, perché l'economia riparte se agli imprenditori giunge un segnale chiaro, ovvero che è più remunerativo e agevole continuare a fare impresa – intendo quella vera, quella che crea lavoro e produzione - piuttosto che investire o speculare nella finanza. Senza questo salto di qualità, siamo destinati a perdere ulteriori posizioni come nazione industrializzata e, soprattutto, abbandoniamo a un destino molto incerto le prossime generazioni». Parole di **Paolo Galassi**, presidente di **Confapi Milano**, che commenta i dati appena rilevati dall'ufficio studi dell'associazione sull'andamento congiunturale delle piccole e medie imprese nell'area di Milano, Monza e Brianza, Pavia e Lodi.

Presidente, oltre il 50% delle imprese ha chiuso il bilancio con il fatturato in calo. Soltanto il 12% ha avuto ricavi in aumento.

«Sappiamo bene, anche dal monitoraggio della cassa integrazione che ha avuto un'impennata del 500%, che il 2009 è stato l'anno peggiore da trent'anni a questa parte. Se persino una realtà economica come la grande area metropolitana del milanese e delle province limitrofe ha risentito in modo così pesante della crisi, immaginiamoci il resto del Paese. Il problema è che per la prima volta è stato toccato in modo grave il settore manifatturiero nel suo complesso, cioè la prima fonte del Pil attraverso l'export».

Come hanno reagito le imprese?

«I nostri imprenditori hanno cercato in ogni modo di tamponare la voragine che si era aperta sul fronte della domanda internazionale, hanno impegnato tutte le risorse accumulate nell'ultimo decennio, hanno usufruito – in molti casi per la prima volta – degli ammortizzatori sociali tentando di non passare ai licenziamenti. Il governo e la Regione Lombardia, con le ampie risorse messe a disposizione per la cassa integrazione ordinaria, straordinaria e in deroga, hanno certamente dato un supporto decisivo per evitare il crollo. Ma ora dobbiamo andare oltre, bisogna passare alle azioni costruttive e alle riforme di sistema».

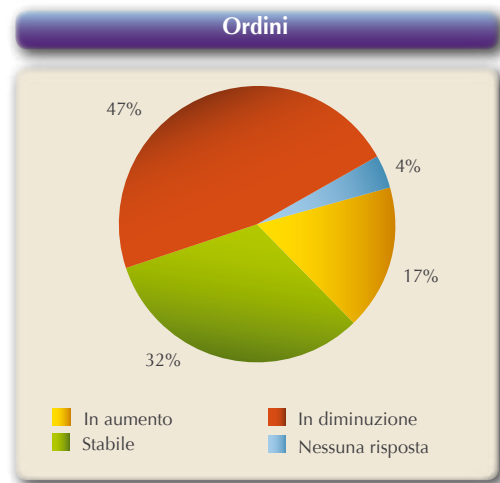
Situazione attesa del business per il primo semestre 2010

	AUMENTO	STABILE	DIMINUZIONE
Livello produzione atteso	13,51%	45,95%	29,05%
Livello ordini atteso	19,59%	41,22%	29,73%
Fatturato atteso	14,86%	39,86%	32,43%
Occupazione attesa	3,38%	63,51%	17,57%

Indagine congiunturale Confapi Milano:
L'andamento dell'economia milanese nel secondo semestre del 2009



se si vuole incentivare e stimolare gli imprenditori, ma anche le banche, a investire nell'industria manifatturiera, bisogna cambiare le regole fiscali e detassare il lavoro e la produzione



Perché la riforma fiscale è decisiva?

«Perché se si vuole incentivare e stimolare gli imprenditori, ma anche le banche, a investire nell'industria manifatturiera, bisogna cambiare le regole fiscali e detassare il lavoro e la produzione. Di pari passo, bisogna aumentare la tassazione sulle rendite finanziarie, perché la prima vera crisi di questo Paese – e Milano e il suo hinterland ne è l'esempio più drammatico con gli scheletri delle fabbriche dismesse – è cominciata quando i grandi gruppi industriali si sono trasformati in holding e investitori finanziari invece di crescere come multinazionali, trainando tutto l'indotto della piccola impresa. Allora adesso serve la svolta: vogliamo mantenere stabilimenti e posti di lavoro qualificati nel nostro territorio? Cominciamo a favorire chi investe in un nuovo impianto produttivo, per esempio».

È solo un problema di fiscalità?

«Ovviamente no, la questione è complessa e riguarda le stesse condizioni amministrative e normative connesse al fare impresa. Perché i comuni del sud milanese non cominciano a proporre agevolazioni e condizioni particolari a favore degli insediamenti industriali, visto che hanno grandi margini di industrializzazione in un territorio che al 90% è agricolo? Perché ci vogliono tre anni di processo burocratico per aprire uno stabilimento? Perché non si aprono i cantieri di opere infrastrutturali fondamentali per le connessioni interprovinciali? Se i nostri amministratori, dopo le elezioni, cominceranno a porsi queste domande, forse le speranze di rilancio dell'economia lombarda saranno più solide e concrete».

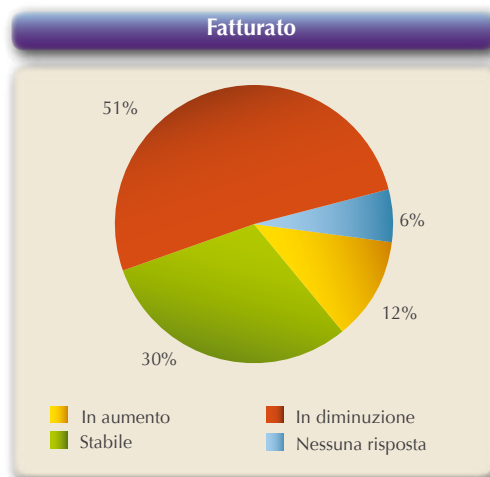
Presidente, gli imprenditori sono ottimisti per natura. Per il 2010 il quadro è un po' più roseo?

«I nostri dati ci dicono che la crisi si è stabilizzata e qualche segnale di ripresa c'è, anche se sembrano ancora indicatori precari. Il vero problema è come ne usciranno da questa crisi. Ecco perché insieme ai sindacati, in una logica di cooperazione vera tradotta negli strumenti della bilateralità come ad esempio il Fapi, stiamo puntando molto sull'integrazione tra ammortizzatori sociali e formazione, in modo che le imprese reingegnerizzino processi e persone per affacciarsi in modo nuovo sui mercati mondiali. Poi abbiamo firmato il nuovo accordo per l'apprendistato, che è un punto di partenza importantissimo per favorire l'ingresso nel mondo del lavoro di migliaia di giovani, che così possono essere formati direttamente in azienda. Questa è la realtà: un passo alla volta ma concreto».

E l'aspetto finanziario? Siamo ancora nelle spire del credit crunch?

«Con il lavoro del Confapi Lombarda Fidi abbiamo dato ossigeno e futuro a migliaia di imprese, anche se le banche hanno fatto fatica a calarsi in questa emergenza e ad adattare i loro piani industriali alle esigenze della piccola e media impresa. Un altro passo lo dovrà compiere proprio il sistema creditizio, nel momento in cui andrà a definire il nuovo accordo di Basilea 3, che non potrà non tenere conto della priorità di questo Paese ma anche della stessa Europa, che è fatta per l'80% di pmi: investire nel manifatturiero. Perché il Pil si genera con idee e prodotti».

insieme ai sindacati, in una logica di cooperazione vera tradotta negli strumenti della bilateralità come ad esempio il Fapi, stiamo puntando molto sull'integrazione tra ammortizzatori sociali e formazione





Per essere sempre sincronizzati con il business



Da Research in Motion (RIM) arriva il BlackBerry Enterprise Server Express, la proposta «a costo zero» a favore delle piccole e medie imprese, che rende più facile, immediato ed efficace l'utilizzo dei BlackBerry aziendali

«Per un piccolo e medio imprenditore poter gestire il proprio business in movimento è una condizione irrinunciabile nell'era dell'economia globale. Riuscire a operare nello scambio delle comunicazioni e dei dati senza i limiti fisici di un ufficio è la soluzione ottimale: per questo **Research in Motion (RIM)**, società leader che opera da più di 25 anni nel campo delle soluzioni di mobilitazione IT per le aziende, e da dieci è presente nel settore degli smartphone con il marchio **BlackBerry**, ha pensato a un sistema ideale per le esigenze delle piccole e medie imprese. Oggi la nuova frontiera della mobilitazione aziendale si chiama **BlackBerry Enterprise Server Express**: così **Alberto Bevilacqua**, carrier relationship director di RIM Italia, illustra la grande novità della compagnia canadese proposta principalmente agli utenti della piccola e media impresa, categoria alla quale appartengono gli associati di Confapi Milano, che ha ultimamente stipulato un rapporto di partnership con RIM.



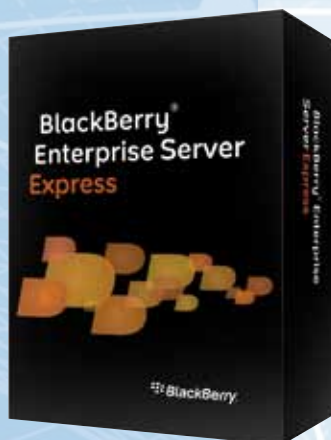
Alberto Bevilacqua, carrier relationship director di Research in Motion Italia

PER IL DOWNLOAD

Da marzo le piccole e medie imprese associate a Confapi Milano possono acquisire gratuitamente il nuovo sistema **BlackBerry Enterprise Server Express**. Per procedere al download dell'applicativo è sufficiente connettersi online al sito www.blackberry.com/besexpress e seguire la procedura indicata. RIM mette inoltre a disposizione un proprio operatore per agevolare il superamento di eventuali problematiche di download o di avvio del sistema.



Un esempio del BES Express sul nuovo BlackBerry Bold 9700.



Perché vi rivolgete oggi al mondo della piccola e media impresa?

«La strategia di RIM si è sviluppata inizialmente nel fornire servizi di mobilitazione di applicazioni aziendali, email in primis, al top management delle grandi aziende, per poi passare in una logica di massificazione di queste tecnologie prima ai livelli più operativi all'interno delle stesse grandi imprese, poi nell'espandere la propria copertura al mondo della piccola e media impresa e dei professionisti, che in Italia rappresentano più del 90% del mercato».

In che modo?

«Fornendo anche alle pmi una piattaforma molto simile a quella usata nelle grandi imprese da dieci anni, caratterizzata però da semplicità di gestione e gratuità. Per le pmi significa adottare l'evoluzione della tecnologia che sostiene il sistema BES, proposto in versione Express. E' un software che consente alle aziende di connettere gli smartphone BlackBerry, personali o aziendali, al server e agli applicativi dell'impresa, permettendo quindi una gestione molto approfondita della flotta di smartphone in mano ai dipendenti».

Perché è un sistema mirato alle pmi?

«Per due ragioni: innanzi tutto le piccole imprese hanno un'attenzione marcata sul costo iniziale di un investimento in tecnologia. La seconda è che di solito non hanno personale specializzato per gestire sistemi molto complessi. L'esigenza è disporre di una soluzione che inizialmente costi poco, che non richieda particolari competenze applicative ma che fornisca gli stessi vantaggi del sistema utilizzato dalle grandi imprese. Con queste premesse abbiamo creato il BES Express, che si differenzia dalla precedente versione perché offre gli stessi benefici del sistema full in termini di utilizzo, ma ha ottimizzato le policy gestibili (35 invece di 450) individuando quelle più utilizzabili da una piccola impresa. Poi è gratuito, lo si scarica a costo zero da Internet e lo si installa sulla stessa macchina su cui l'azienda già opera con Microsoft Exchange o Small Business Server. Con questa configurazione si possono supportare e gestire fino a 70 utenti BlackBerry».

Quali sono allora i vantaggi del sistema?

«Si soddisfano le esigenze delle pmi che hanno necessità di accedere ai dati aziendali ovunque e comunque. Con il BES Express i possessori di smartphone BlackBerry avranno la possibilità di: sincronizzare le proprie email, il calendario, i contatti, le note e le attività in modalità wireless; gestire le cartelle email e fare ricerche dei messaggi sul server in modalità remota; fissare riunioni e appuntamenti, verificare la disponibilità e inoltrare gli allegati del calendario; impostare notifiche di out-of-office; accedere ai file nella rete aziendale; accedere alla intranet, utilizzare applicazioni mobili per accedere ai sistemi sotto firewall».

Si può utilizzare qualunque gestore telefonico?

«Non solo si può scegliere qualsiasi operatore di rete, ma con il BES Express non si è vincolati all'acquisizione dei pacchetti telefonici BES, come avviene con la versione per grandi imprese. Si possono attivare contratti con abbonamento mensile o ricaricabile. Insomma, con BES Express mettiamo a disposizione degli imprenditori della piccola e media impresa, compresi naturalmente gli associati di Confapi Milano, un sistema davvero innovativo, semplice, efficiente e soprattutto a costo zero».

Grandi cose accadono quando sei sincronizzato!

Sincronizzazione wireless di Email, Calendario, Contatti, Note, Attività

Microsoft® Exchange

Applicazioni

ORACLE CROCRATES
teleready track Win2scribe
AIRTIME Manager

Internet, IM e Social Networking

talk YAHOO! MESSENGER icq

Visualizzazione e modifica di documenti

Installazione semplice e veloce



IL PROFILO

Fondata nel 1984, **Research In Motion (RIM)** – più di 12mila dipendenti, 3,92 miliardi di dollari di fatturato nel solo terzo trimestre 2010 (settembre-novembre 2009), più di 36 milioni di utenti abbonati al servizio BlackBerry e più di 75 milioni di smartphone venduti in tutto il mondo dal 1999 ad oggi - è leader nella progettazione, produzione e commercializzazione di soluzioni wireless innovative per il mercato globale delle comunicazioni. Attraverso lo sviluppo di servizi, hardware e software integrati in grado di supportare standard multipli di reti wireless, RIM produce piattaforme e soluzioni per l'accesso seamless ad applicazioni come email, servizi di telefonia, messaggistica sms e applicazioni basate su

Internet e Intranet. La gamma RIM di prodotti, servizi e tecnologie embedded viene utilizzata da migliaia di imprese in tutto il mondo e comprende la piattaforma wireless BlackBerry®, la gamma Wireless Handheld™, strumenti di sviluppo software, modem radio e accordi di licenza software/hardware.

Per informazioni: www.rim.com o www.blackberry.com.





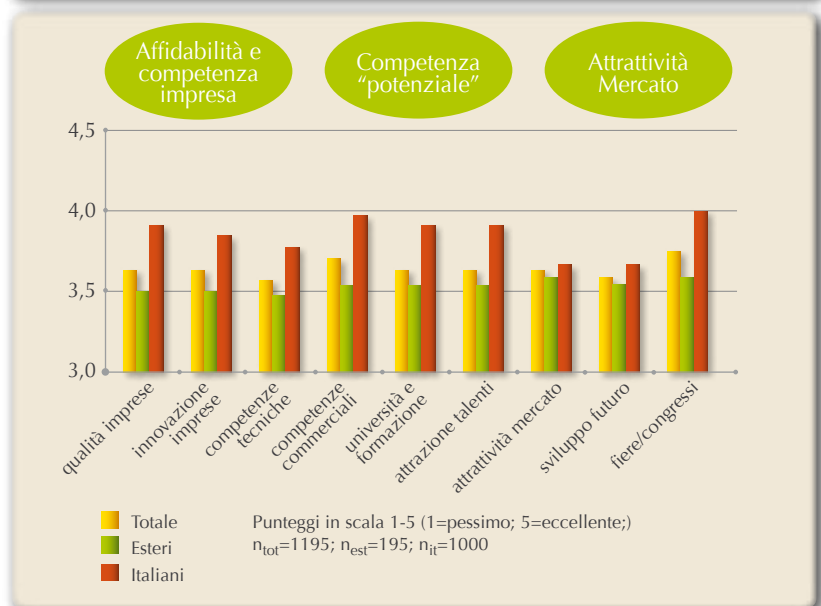
Una città-regione dal forte business appeal

Due diversi studi fotografano Milano come una business city di livello internazionale mentre confermano la Lombardia come il motore del Paese con un Pil che rappresenta il 21% di quello nazionale

La Lombardia si conferma la locomotiva del Paese, con un Pil che rappresenta il 21% di quello nazionale. Nel territorio lombardo si concentrano il 18,2% delle imprese, il 20% dell'occupazione e quasi il 20% del valore aggiunto del comparto. Questa la fotografia scattata da «**Lombardia 2010 Rapporto di legislatura**», elaborato dall'Istituto regionale di ricerca della Lombardia, un lavoro che ha visto il coinvolgimento di oltre 150 studiosi e 100 personalità del mondo istituzionale, economico e sociale. Più di un quinto del valore aggiunto italiano è prodotto in Lombardia, dove la spesa in R&S è la più alta d'Italia. L'apporto lombardo è particolarmente rilevante nel settore industriale, dove rappresenta il 26,2% del valore aggiunto nazionale, e nel settore dei servizi con il 19,5%.

È giunto inoltre a maturazione il processo di terziarizzazione dell'economia lombarda, che rappresenta il 65% del valore aggiunto regionale. Sul fronte del commercio estero, le esportazioni lombarde rappresentano il 28% del totale delle esportazioni nazionali mentre il 33% delle importazioni italiane transitano per la Lombardia; i flussi logistici generati dal sistema lombardo sono stati stimati in quasi 7 mila miliardi di euro, pari al 30% del fatturato logistico italiano.

La percezione dell'ambiente business di Milano

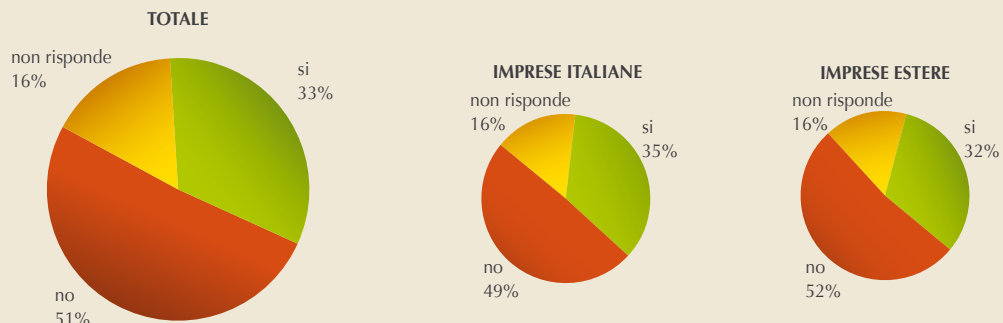


l'apporto lombardo è particolarmente rilevante nel settore industriale, dove rappresenta il 26,2% del valore aggiunto nazionale, e nel settore dei servizi con il 19,5%

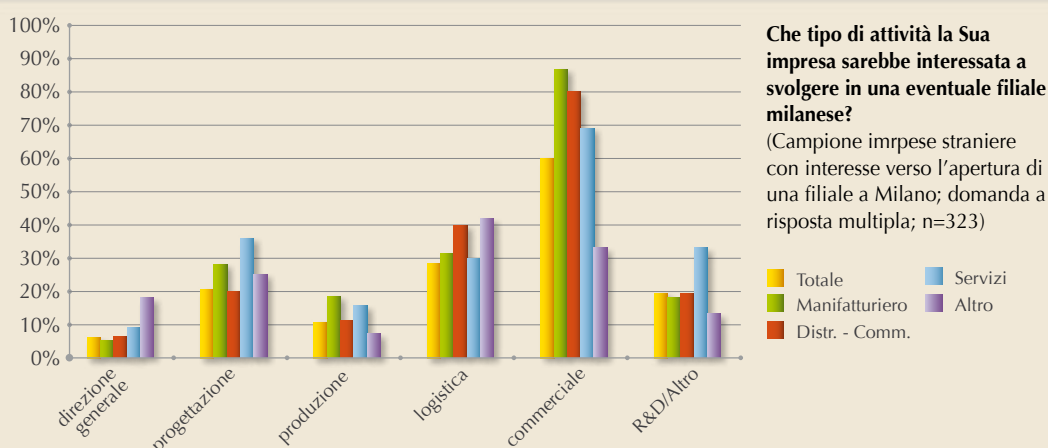


Interesse all'apertura di una sede a Milano

Se la sua impresa ne avesse la possibilità, suggerirebbe l'apertura di una sede a Milano?



Tipo di attività che si aprirebbe a Milano



l'economia milanese appare sempre più terziarizzata, sebbene il territorio esprima eccellenze europee in termini di manifattura, e in particolare hi-tech e in settori emergenti

Milano ha un ruolo di polo commerciale, distributivo e logistico per l'accesso all'intero mercato nazionale oltre che, alle aree a forte intensità industriale che si trovano nella città-costellazione

PREVISIONI CON SEGNO MENO

Una dinamicità fotografata anche dal primo **Rapporto di competitività e attrattività** della città di Milano, risultato delle attività del 2009 del progetto «**Osservatorio marketing territoriale**», una partnership tra Comune di Milano, Camera di commercio di Milano e tutte le Università milanesi (Bicocca, Bicconi, Cattolica Iulm, Politecnico e Statale) nata con l'obiettivo di monitorare l'evoluzione del posizionamento competitivo dell'area urbana, al fine di identificare progettualità congiunte per il miglioramento continuo di competitività e attrattività. Secondo il rapporto Milano rappresenta per il target una business city di livello internazionale ed è leader italiana in termini di attrattività di business per le imprese estere. Il posizionamento competitivo su base internazionale è fortemente influenzato da fattori che derivano dal sistema-Paese come i livelli retributivi inferiori alla media delle grandi metropoli occidentali, la difficoltà di accesso al credito, la lentezza del sistema giudiziario, l'alta pressione fiscale e l'elevato costo del lavoro

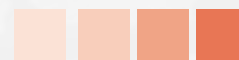
a causa del cuneo fiscale, gli oneri burocratici per l'apertura di un business. L'economia milanese appare sempre più terziarizzata, sebbene il territorio esprima eccellenze europee in termini di manifattura, e in particolare hi-tech e in settori emergenti. Secondo il rapporto il capoluogo meneghino mostra inoltre una buona capacità di attrazione di individui ad alto potenziale dall'esterno soprattutto in settori specifici e caratterizzanti come quello del design, del mobile-arredo e del tessile mentre risulta, ad oggi, problematico l'accompagnamento dei talenti nei percorsi di carriera. L'attrattività di Milano è anche il risultato della possibilità per le imprese straniere che vi operano di accedere all'interno del mercato italiano: Milano ha, in questo senso, un ruolo di polo commerciale, distributivo e logistico per l'accesso all'intero mercato nazionale oltre che, alle aree a forte intensità industriale che si trovano nella città-costellazione. Per questo motivo, la città risulta fortemente attrattiva in ottica di apertura di sedi commerciali.



Una città-regione dal forte business appeal

VIZI E VIRTÙ DEL SISTEMA REGIONALE SECONDO GLI IMPRENDITORI

Abbiamo aperto tra alcuni imprenditori associati una discussione sui temi esposti nei rapporti sull'attrattività di Milano e della Lombardia. Ecco le loro considerazioni.



MANIFATTURIERI NONOSTANTE TUTTO

ANTONIO SEVEGNANI - GAMMABUS SRL (ASSAGO)



Storicamente la Lombardia ha rappresentato l'insediamento principe delle grandi imprese manifatturiere. Le ciminiere della «Stalingrado» di Sesto San Giovanni, l'industria dell'acciaio del Bresciano, le grandi fabbriche motoristiche di Milano, sono state il fulcro produttivo di ricchezza, di lavoro e di un sostanziale equilibrio socio-economico della Regione. A lato si erano sviluppate e sussistevano reti di appoggio di piccole-medie imprese, evoluzione di realtà prettamente artigianali nate tra le due guerre mondiali. La deindustrializzazione delle grandi aziende, originata dagli alti costi del lavoro, da crescenti contrasti sociali e da bassi tassi di produttività, ha trovato nell'ingegno e nell'impegno della piccola-media impresa un valido ammortizzatore socio-economico. L'innata «voglia di fare», la fantasia e il talento del medio imprenditore riescono ancora oggi, anche se con grande fatica, a gestire e sviluppare attività manifatturiere in una Regione che presenta gravi lacune nella logistica, nella viabilità e trasporti e nella disponibilità di addetti formati alle nuove tecnologie di produzione e alle esigenze indotte dal processo di globalizzazione in atto. I flussi di capitali originati dagli smobilizzi delle grandi aziende non hanno sostenuto la piccola-media impresa, alimentando con riflessi purtroppo noti, un'economia basata sulla speculazione immobiliare e su transazioni su «carta». Milano e la sua Regione necessitano invece, nella logica di sviluppo del loro ruolo imprenditoriale, di un'attenta azione di acculturamento, di sensibilizzazione e di innovazione che solo attraverso la costante opera e la forza di forme associative possano meglio sensibilizzare le autorità politiche, sociali e finanziarie a livello locale e nazionale.

RAFFORZIAMO LE NICCHIE PRODUTTIVE

ROMANO SAINI- EGI (FIZZONASCO)

La Lombardia offre un patrimonio di piccole/medie imprese manifatturiere che, dalla fine della guerra, hanno saputo crescere, innovare e perfezionare i processi produttivi, raggiungendo a oggi una potenzialità di progettazione, studio e realizzazione di impianti adatti a risolvere qualsiasi problema, usufruendo di soluzioni automatizzate ai massimi livelli, con un costo produttivo tra i più bassi del mondo. Tale risorsa, tuttavia, è purtroppo gravata da costi maggiori di energia, costi elevati del personale, dovuti al peso di contribuzioni, tasse e vincoli, che impongono alle aziende un ricarico sul costo base di produzione molto più alto dei nostri concorrenti, soprattutto asiatici; il risultato finale è che gli sforzi economici che le imprese indirizzano nel miglioramento del processo produttivo, al fine di contenere i costi di produzione, vengono così vanificati e si riduce il potere di competitività commerciale. La sfida maggiore, che la globalizzazione costringe ad affrontare, è quella di rafforzare ulteriormente le nicchie di produzione, investendo su qualità, innovazione e servizio. Sarebbe

opportuno ripristinare i contratti di formazione per apprendisti e creare maggiore collaborazione con i centri di ricerca e università. Proprio a causa della mancanza di stimoli e a un ricambio generazionale, la nuova classe di imprenditori è deficitaria, con il conseguente risultato della perdita di aziende valide e senza futuro. Ritengo sia indispensabile distribuire gli aiuti maggiori alle industrie manifatturiere che producono sul nostro territorio, e concedere così maggiore opportunità di essere competitivi rispetto a quelle aziende commerciali che importano dall'estero prodotti già finiti, a basso costo e di scarsa qualità. Le imprese che riescono a esportare i propri articoli andrebbero maggiormente aiutate, in particolare con la diminuzione degli oneri contributivi su e per il personale.



AIUTIAMO LE IMPRESE A RINNOVARSI

CARLO MAGANI - MASSERINI (ABBIATEGRASSO)

Sicuramente la Lombardia continuerà a essere un territorio ricco di opportunità per le imprese, grazie anche al dinamismo dei nostri imprenditori. E' chiaro che, con una presenza così alta di attività economiche e produttive, parlando in termini generali, il territorio rimarrà sempre ricco di occasioni, che saranno create dalle imprese stesse. Per quanto riguarda le delocalizzazioni il problema è sicuramente grave ma occorre fare dei distinguo. Se alcune aziende trovano conveniente delocalizzare in Svizzera, è evidente che forse c'è qualche cosa che non funziona in Italia; possiamo dare la colpa di volta in volta al fisco troppo pesante, alle infrastrutture che non funzionano, alle banche che non ci aiutano, alle lungaggini della burocrazia, o a tutte queste criticità assieme, ma il problema rimane. Volendo poi analizzare aspetti favorevoli e critici, direi che il principale punto a favore dello sviluppo economico in Lombardia vada ravvisato nell'elevato numero di aziende presenti sul territorio, che alimenta un interscambio anche locale di prodotti che possono permettere ad aziende anche di ridotte dimensioni di proporsi sul mercato. Gli ostacoli sono sempre gli stessi,

riassumibili nella scarsa attenzione ai problemi delle piccole imprese da parte di politici e amministratori e, in particolare, nel sistema di tassazione che penalizza le imprese e chi crea posti di lavoro. Se poi guardiamo ai fattori di competitività industriale, è vero che l'alto contenuto di conoscenza innovativa porta dei vantaggi, come ad esempio il brevetto particolare che copre una nicchia iperspecialistica di mercato e che permette a un'azienda «eccellente» di rimanere al top, ma quante persone occupiamo in questo modo? Forse sarebbe il caso di valutare quali delle nostre aziende tradizionali abbiano l'opportunità di riciclarsi e accompagnarle in un processo di ristrutturazione e innovazione aziendale a tutto campo, in modo da salvaguardare il territorio dal declino.



QUALI RISCHI SULL'EXPO 2015?

GIANLUIGI MACCHI - EDILINTERNI SRL (SOLARO)

Sono passati alcuni anni dalla realizzazione della nuova fiera di Milano, ma il ricordo della gestione del cantiere, che era arrivato a contare qualche migliaio di lavoratori, non si può scordare. Nonostante la buona volontà del general contractor, della Prefettura di Milano e di organi preposti al controllo e alla sicurezza delle imprese, si sa che molte cose non hanno funzionato come dovevano. Ora sta per iniziare un'intrapresa ancora più importante ed è giusto che il governo e in primis il ministro Maroni abbia voluto applicare anche per l'Expo 2015 la legge 166/09. Purtroppo, credo che ciò non potrà bastare per evitare che le infiltrazioni mafiose e di caporalato prendano il sopravvento. In genere i grandi lavori sono ad appannaggio di grandi imprese, che generalmente non hanno bisogno di una vera e propria «white list» in quanto operano a livello europeo e mondiale, quindi: insospettabili. Il problema delle infiltrazioni mafiose o di caporalato (che poi è una cosa parallela) inizia a verificarsi con il gioco dei subappalti. Qui troviamo di tutto, in quanto anche un'opera di grande rilevanza deve essere scomposta in tante piccole opere, che le grandi imprese non sono in grado di realizzare. Naturalmente, al livello dei sub-appalti, possono partecipare imprese che arrivano da tutta Italia e già a questo punto i controlli dovranno essere più serrati. In questo ambiente tutto ciò che non è legale trova il suo «humus», perché si tratta spesso di concordare lavori e prezzi con «imprese nate allo scopo». Certamente la maggior parte delle imprese piccole e medie locali non rientra in questo ambito. Il problema sorge quando, soprattutto a causa della facilità con la quale chiunque con pochi euro può aprire una partita Iva e registrarsi alla Camera di commercio, qualunque impresa è in grado di partecipare al sub-appalto del sub-appalto. Credo allora che un grande contributo alla legalità degli appalti potrebbe venire dalla verifica dell'iscrizione alla Camera di Commercio: data di costituzione, casellario giudiziale e associazione imprenditoriale di riferimento. Le associazioni sono a contatto quotidiano con le pmi del territorio, che sono poi quelle che alla fine realizzano i lavori. Infine non dimentichiamo di coinvolgere in questa opera di «controllo» le associazioni dei liberi professionisti, che sono i primi ad avere i contatti con le imprese appaltatrici e sub-appaltatrici.





Una città-regione dal forte business appeal



Tutte le immagini pubblicate in queste pagine sono tratte dal volume «*Immagini della mia città*» di **Aurelio Spinelli**, edito da «Editore Tarantola» (p.zza Martiri di via Fani, 1 Sesto San Giovanni) e stampato da Gruppo Stampa GB). Si ringraziano l'autore e l'editore per la gentile concessione

LE FABBRICHE DI SESTO, LA MEMORIA DISMESSA

Si intitola «*Immagini della mia città*» ma le foto scattate dal sestoese **Aurelio Spinelli** non immortalano solo la trasformazione epocale avvenuta nell'ex Stalingrado d'Italia: sono l'evidenziazione iconografica del processo di deindustrializzazione che stanno vivendo altre città, dove le fabbriche lasciano il posto a centri commerciali e insediamenti residenziali. Il volume, edito da **Tarantola Editore** e stampato dal **Gruppo Stampa GB**, raccoglie le immagini più significative che il fotografo ha dedicato, nel corso della sua carriera, alla storia industriale di Sesto San Giovanni e ai mutamenti più recenti. Le centosessantasei fotografie suddivise in sette capitoletti - le fabbriche delle aree dismesse, Sesto vecchia, Sesto nuova, murales, neve, metropolitana e sport - rappresentano una tappa importante nel processo di documentazione, valorizzazione e conservazione degli edifici industriali particolarmente significativi per la storia del comune del nord Milano e per tutto il territorio lombardo. Conosciuto e apprezzato in ambito internazionale per i suoi scatti dedicati alle aree industriali dismesse e alle loro trasformazioni, Spinelli nel volume presta un'attenzione particolare all'archeologia industriale alla quale mescola il ricordo infantile della Sesto operaia, delle giornate scandite dal suono assordante delle sirene delle grandi fabbriche, che viene impresso in bianco e nero per evocare meglio l'immagine che rappresenta. Tramite le immagini è come se il fotografo abbia





voluto rispondere alle domande «che ne è oggi di quei monumenti che rappresentavano il cuore dell'attività produttiva e la meta quotidiana per migliaia di lavoratori? Dove si è spostato quello che era il luogo di aggregazione?».

Gli abbiamo chiesto di raccontarci la sua esperienza e l'importanza che l'edificio-fabbrica riveste ancor oggi per lui.

Come è nato «Immagini della mia città»?

«L'idea di fare un libro fotografico è scaturita dopo aver immortalato le aree dismesse. Con le fabbriche, infatti, ho un rapporto particolare. Mio padre era operaio e, soprattutto, quando ero bambino qui a Sesto, anche le mie giornate erano in qualche modo scandite dalla vita della fabbrica. Ricordo il suono quasi assordante delle sirene che segnavano la fine di un turno e l'inizio del successivo e l'emozione continua del cielo che diventava rosso, s'infuocava quando avvenivano le fusioni dei metalli. Queste foto esprimono l'amore per la mia città».

Cosa rappresenta la fotografia?

«Dietro la macchina fotografica ci sono le mie emozioni, anche se cerco di ritrarre la vita così come essa corre davanti agli occhi, come la vedo nel quotidiano. Naturalmente, senza artifici. Certo, apprezzo la fotografia creativa e d'avanguardia quando ben interpretata e realizzata ma per quanto mi riguarda resto interessato alla realtà che mi circonda. Il reportage significa fondamentalmente raccontare una vicenda, e raccontarla in tutti i suoi aspetti, nel mondo più completo possibile. Ho sempre rifiutato i lavori su commissione, il professionismo non mi ha mai interessato perché quel che voglio ritrovare nelle immagini è la spontaneità. È l'emozione che mi ha portato allo scatto».

Perché realizza fotografie in bianco e nero?

«Credo che il bianco e nero riesca a dare di più l'idea di quello che rappresenta, cogliendo meglio l'essenza di un'immagine, rendendola in qualche modo più fedele alla realtà. Il colore può distrarre, a volte è più artificioso e si finisce spesso per notare il cromatismo più che il soggetto rappresentato».



IL PROFILO

Aurelio Spinelli nasce nel 1934 a Sesto San Giovanni dove tuttora risiede. Nel 1947 frequenta la scuola d'arte F. Faruffini; prima di scoprire la fotografia dipinge a olio. Nel 1955 si diploma all'istituto tecnico Feltrinelli ed entra alla PRIM - la Fabbrica di Apparecchi di Sollevamento e Trasporto - dove rimane fino al ritiro dal lavoro nel 1985. Dal 1979 fa parte del Circolo fotografico monzese e si dedica esclusivamente alla fotografia in bianco e nero curandone personalmente sviluppo e stampa. Nel 1980 si iscrive alla Fiaf e proprio la Federazione italiana associazioni fotografiche sceglie alcune sue opere per rappresentare l'Italia alla XVIII, XIX e XXI «Biennali

Internazionali Monocrome Fiap». Nel 1988 e nel 1995 la Fiap gli conferisce le onorificenze di Artiste Federation Internationale d'Art Photographique e di Excellence Federation Internationale d'Art Photographique. Dal 1993 è iscritto anche al Circolo fotografico «Le Betule di Milano». Le sue foto sono conservate in fototeche e musei in Italia e all'estero. Nel 2004 gli è stato assegnato il Premio nazionale di fotografia «Pino Fantini» mentre nel 2009, nel programma di Rai Tre «La storia siamo noi» curato da Giovanni Minoli e dedicato alle Acciaierie Falck, sono state presentate numerose sue fotografie scattate negli stabilimenti di Sesto San Giovanni.





Donatella Galli Pessina, amministratore delegato della MPI

MPI COGLIE E VALORIZZA LO SPIRITO D'IMPRESA

Visual communication, stampa gigantografica e allestimenti fieristici sono gli ambiti di specializzazione della milanese MPI, nata da una consolidata esperienza nel campo della comunicazione integrata

MPI è un'azienda che vanta consolidate esperienze nel settore della comunicazione, dalla gestione e realizzazione di progetti di pubblicità esterna, ai servizi per manifestazioni fieristiche e per aziende pubbliche e private. L'imprenditrice **Donatella Galli** è oggi alla guida dell'azienda milanese, fondata dal marito **Marco Pessina**, prematuramente scomparso e al quale Confapi Milano ha voluto intitolare un premio di laurea all'Università Cattolica di Milano. Spirito dinamico e creatività contraddistinguono MPI, che è presente sul panorama italiano come una delle più importanti aziende italiane specializzate nella stampa digitale di immagini senza limiti di formato e che, grazie all'accordo di partnership stretto con Confapi Milano, metterà a disposizione degli associati i propri servizi, garantendo condizioni di assoluto vantaggio.

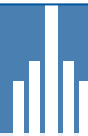
È nella direzione del progresso tecnologico che MPI si muove facendo della sinergia di mezzi ed esperienze acquisite uno dei propri punti di forza, allo scopo di anticipare gli standard qualitativi, ottimizzare i tempi tecnici e contenere i costi di produzione. La capacità di visione globale, supportata da specifiche cognizioni tecniche, produce collaborazioni solide e durature e la disponibilità dell'azienda alla gestione dei progetti in base alle singole necessità del cliente, consente di evidenziare l'inclinazione alla flessibilità e al coordinamento delle diverse fasi di un piano. Studio delle migliori soluzioni di fattibilità, impiego di materiali adatti e una corretta valutazione degli obiettivi sono operazioni fondamentali che vengono gestite con cura e meticolosità, rivelandosi sempre la migliore garanzia di risultato.



L'allestimento HotelxChildren dell'architetto **Simone Micheli**, realizzato da MPI per il Salone dell'attrezzatura alberghiera di Rimini

sinergia
visione
globale





Alcune realizzazioni e installazioni gigantografiche

mpi

MPI è specializzata nella stampa gigantografica utilizzata per le affissioni (luminose e non), per la personalizzazione di facciate di palazzi, nei punti vendita, per scenografie teatrali e cinetelevisive, nei congressi, per gli allestimenti fieristici e per personalizzazione di automezzi e flotte aziendali. In particolare, tra i servizi offerti da MPI troviamo la stampa digitale in grande formato disponibile in trenta tipi di materiale diverso (tra i quali pvc, pvc rete, vinile

adesivo, flag, cotone canvas, pavimentazione vinilica, carta per affissione, pvc per camion, retroilluminato, bifacciale); la stampa diretta su forex, alluminio, plexiglass, MDF, Dibond; la realizzazione di coperture personalizzate di qualsiasi tipo di edificio e cantiere; la posa di ogni materiale, scritte, pannelli, teli; l'allestimento e la personalizzazione di automezzi, la realizzazione di espositori e materiali per stand a noleggio.

stampa gigantografica

INFO

MPI

Via Leopardi, 20 – Arese

Tel. 02 9385352 - Cell. 348 3532173

donatella@mpisrl.com

Milano



Comune
di Milano



**CAMERA
DI COMMERCIO
MILANO**



L'ESPERIENZA DI UN MANAGER PER SVILUPPARE LA TUA IMPRESA

**Sei titolare di una piccola e media impresa
di Milano e provincia?**

**Vuoi confrontarti con un manager che ti aiuti
a sviluppare, diversificare o rilanciare la tua attività?**

Contatta **SIT- Sportello Impresa in Trasformazione**
per avere gratuitamente la possibilità di incontrare
manager altamente qualificati, con profili idonei
alle esigenze della tua impresa.

SIT- Sportello Impresa in Trasformazione

c/o Formaper, azienda speciale Camera di Commercio di Milano

Via Santa Marta, 18 - Milano

Tel. 02 85155050 - Fax 02 85155290 - sit@mi.camcom.it

www.sportellosit.it

*Iniziativa di Camera di Commercio di Milano e Comune di Milano
in collaborazione con*



Imprese dal vivo

Menu milanese per le tavole globali

L'innovazione, la difesa della tradizione e l'attenzione per la qualità ben si prestano a fare emergere le grandi eccellenze di quella miriade di imprese piccole ed eccellenti che fanno grande il made in Italy agroalimentare nel mondo

«Nutrire il Pianeta, Energia per la Vita». Questo uno dei temi dell'Expo 2015 che sottolinea come la genuinità e la diffusione di prodotti agro-alimentari sia anche una necessità sociale, oltre a rappresentare un importante valore economico. L'innovazione, la difesa della tradizione e l'attenzione per la qualità nell'alimentare ben si prestano a fare emergere le grandi eccellenze di quella miriade di aziende di piccola dimensione ma di grandissima specializzazione che fanno grande il made in Italy nel mondo. Un argomento quanto mai attuale, quello dell'alimentazione, tanto che al Museo nazionale della scienza e della tecnologia «Leonardo da Vinci» è stato inaugurato il nuovo laboratorio interattivo dedicato all'alimentazione, una sorta di «cucina a vista» in cui costruire comprensione e consapevolezza sugli aspetti scientifici, spesso impliciti o poco conosciuti, legati al cibo. Il Museo si pone l'obiettivo di favorire la nascita di un atteggiamento consapevole, che possa influenzare le scelte quotidiane di ciascuno, attraverso esperienze interattive rivolte a un pubblico ampio. Nella realizzazione del laboratorio e delle attività sperimentali si intende ricreare l'atmosfera di scambio e confronto tipica degli ambienti domestici in cui si prepara e si consuma il cibo. Ciascun visitatore potrà realizzare in prima persona gli esperimenti proposti dall'animatore scientifico e dare il proprio contributo alla discussione.

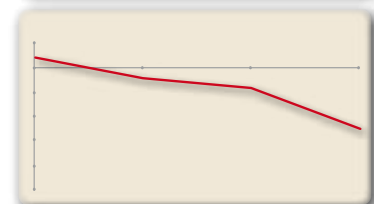
Le attività sperimentali proposte esplorano quat-

tro macrotemi dell'alimentazione attraverso quattro diversi percorsi: i principi nutritivi degli alimenti e gli stili di vita, il cibo e la salute, la filiera produttiva degli alimenti, la preparazione in cucina e la digestione del cibo.

È proprio nel territorio lombardo - uno dei pochi in ambito nazionale che può vantare un così ben riuscito connubio di storia e tradizione con l'innovazione e la multifunzionalità che rendono l'offerta agroalimentare moderna e competitiva - che si annoverano tante pmi che lavorano prodotti di qualità. Un settore, però, che ha vissuto in modo critico l'ingresso del Paese nella fase recessiva. La crescente difficoltà nell'accesso al credito bancario e ad adeguate condizioni di finanziamento ha ulteriormente intensificato la sfiducia degli operatori. Il restringimento del credito da parte delle banche, cominciato già a fine 2006, si è ulteriormente aggravato nel corso del tempo. La riduzione dei flussi creditizi registra un saldo -75%. Se a questo si aggiunge la politica di grave ritardo nei pagamenti da parte delle catene della grande distribuzione, si può avere un quadro completo, desolante, dello scenario in cui operano i nostri piccoli produttori. Eppure «ten-gono» e continuano a sviluppare innovazione di prodotto e a implementare processi di sicurezza e qualità nei loro stabilimenti. Abbiamo chiesto alle imprese che operano nel campo dell'alimentare la loro «ricetta», le sfide che stanno affrontando, la loro lotta per tenere alto il made in Italy.

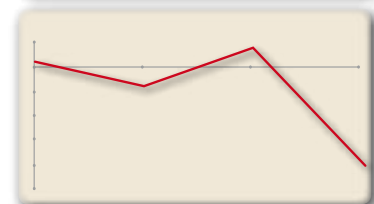


Andamento della produzione



I SEM. '08 II SEM. '08 I SEM. '09

Andamento degli ordini

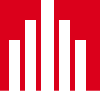


I SEM. '08 II SEM. '08 I SEM. '09

SÌ AL MARCHIO COLLETTIVO PER I PRODOTTI AGROALIMENTARI

Il «Marchio Collettivo Provinciale» è realtà, dopo l'approvazione del Progetto di legge approvato dal consiglio regionale che inserisce nelle norme del Testo Unico per l'Agricoltura la creazione del marchio collettivo provinciale dei prodotti agroalimentari. Esso potrà essere utilizzato per contraddistinguere i prodotti del settore agricolo e agroalimentare caratterizzati da una elevata tipicità e qualità e va nella direzione di promuovere e tutelare ulteriormente la produzione locale di particolare pregio e valore. «Un valore aggiunto - ha dichiarato **Luca Daniel Ferrazzi**, assessore all'Agricoltura della Regione Lombardia - per poter promuovere con uno

strumento ancora più dettagliato il «Made in Lombardy», offrire al consumatore prodotti alimentari tipici e di qualità e allo stesso tempo sempre più legati alla loro zona d'origine». A lui fa eco la relatrice del progetto e consigliera regionale **Luciana Ruffinelli**: «I prodotti che presenteranno questo marchio rappresentano il fiore all'occhiello della produzione che la terra lombarda può offrire al panorama italiano e mondiale. Prodotti ricchi di sapori autentici e genuini ma soprattutto prodotti sicuri, di qualità garantita, di provenienza certa e rispettosi delle più antiche tradizioni locali della provincia di appartenenza».



Menu milanese per le tavole globali

GENERALFRIGO

La lavorazione della carne tra arte e tecnologia



A Melzo, su oltre 22mila metri quadri di superficie, vengono selezionate le migliori carni suine per offrir ai più pregiati prosciuttifici e salumifici italiani ed europei tutti i prodotti derivanti dalla lavorazione della coscia e della spalla di maiale

Situata nel cuore di uno dei più importanti snodi viari, ferroviari e aerei d'Europa, la **Compagnia Italiana Generalfrigo** di Melzo è una delle aziende cardine di un settore amatissimo dai buongustai. Fondata nel 1969 dai fratelli **Arnoldo** e **Archimede Benassi**, fin dalle origini si è specializzata nello stoccaggio a bassa temperatura e nella lavorazione delle carni. Su oltre 22mila metri quadri di superficie, oggi vengono selezionate le migliori carni suine per offrir ai più pregiati prosciuttifici e salumifici italiani ed europei tutti i prodotti derivanti dalla lavorazione della coscia e della spalla di maiale. Da numerose ricerche emerge sempre più diffusa la propensione degli italiani alla richiesta del prodotto di qualità e della tradizione enogastronomica del Bel Paese: vini, oli extravergini di oliva, formaggi e numerosi salumi. Abbiamo parlato con **Fabio Mussi**, direttore commerciale della Compagnia Italiana Generalfrigo, della azienda brianzola dove si coniugano sapientemente le tecnologie più avanzate e il rispetto delle antiche lavorazioni.



Fabio Mussi, direttore commerciale della Compagnia Italiana Generalfrigo



catena del freddo

Quali sono i vostri punti di forza?

«Generalfrigo, forte di consolidati rapporti con i migliori macelli, importa da tutto il mondo e lavora presso i propri impianti solo carni suine di prima scelta applicando le più moderne tecniche di produzione e controllo igienico sanitario e avvalendosi di personale altamente specializzato. L'azienda offre ai propri clienti un enorme complesso adibito a deposito a bassa temperatura, con una capacità di stoccaggio di circa 10mila bancali. La proverbiale affidabilità e serietà di Generalfrigo si evidenzia anche nei servizi di scongelazione in tunnel a -45° e scongelazione a pioggia con impianti dell'ultima generazione».

In un periodo difficile per le pmi, come rispondete alla crisi?

«La struttura commerciale si pone l'obiettivo di fornire risposte rapide e precise e puntuali alla moderna industria alimentare italiana. Generalfrigo può contare su una struttura all'avanguardia, dotata di linee altamente automatizzate aventi una capacità produttiva superiore alle 100mila cosce settimanali, nel più rigoroso rispetto della catena del freddo, un'ampia gamma di prodotti personalizzati secondo le richieste di ciascun cliente come tagli speciali da cosce dei migliori macelli nazionali per la produzione di culatelli e prosciutti cotti di alta qualità e un personale esperto e altamente qualificato per garantire una costante e una elevata qualità. La crisi ha toccato i volumi in maniera marginale ma il problema è di ordine finanziario perché alcune imprese hanno avuto difficoltà a onorare gli impegni, ritardando così i pagamenti e creando un effetto domino negativo».



Il magazzino di stoccaggio e un momento della lavorazione della carne suina



Quali sono le prospettive per il 2010?

«La realtà nazionale ci sta stretta. C'è una grande concorrenza, il mercato è frantumato e i piccoli macelli stanno scomparendo. Stiamo cercando delle alternative al mercato italiano dato che abbiamo sviluppato un know how che all'estero non ha nessuno. Ci stiamo aprendo verso l'Oriente, tanto che a breve parteciperemo a un'importante fiera a Mosca. Nel contempo cerchiamo di agire sui costi e di rendere più snella tutta la struttura. Abbiamo automatizzato il magazzino frigo e ci siamo autoconstruiti una macchina di confezionamento particolare per alcuni prodotti».

COMPAGNIA MERCANTILE ITALIA

Dalla tradizione l'eccellenza nelle conserve ittiche

L'azienda segue scrupolosamente il metodo di lavorazione riportato sulle antiche ricette della tonnara dell'Orsa risalenti al XIV secolo, con l'ausilio dell'esperienza atavica dei lavoranti siciliani

Spinta dal grande amore per il mare e per le tradizioni secolari della terra di Sicilia è nata la **Compagnia Mercantile Italia**, azienda in grado con la sua produzione di soddisfare i commensali più esigenti grazie alle prelibatezze realizzate secondo una ricetta tramandata nei secoli. Grazie alla lavorazione del prestigioso tonno rosso - la specie più prelibata e più ricercata della cucina internazionale - l'azienda ha dato vita a «**Tonno Mattina**», un prodotto raffinato e di altissima qualità, frutto di una lavorazione completamente manuale, nel pieno rispetto delle antiche tradizioni locali. Abbiamo chiesto a **Francesco Mattina**, procuratore dell'azienda, di raccontarsi lo sviluppo dell'azienda, la cui sede operativa si trova a Trappeto, località sul mare in provincia di Palermo - dove sono state trovate le competenze necessarie per le lavorazioni completamente manuali dei prodotti ittici - mentre sede legale e commerciale sono a Milano.



Un impianto di lavorazione nello stabilimento palermitano.

In alto: il marchio «Mattina», la linea più pregiata di tonno rosso della **Compagnia Mercantile Italia**.

Come nascono i vostri prodotti?

«Utilizziamo il tonno di andata pescato in primavera con l'antico rito della mattanza, seguendo scrupolosamente il metodo di lavorazione riportato sulle antiche ricette della tonnara dell'Orsa (1340) e con l'ausilio dell'esperienza atavica dei lavoranti siciliani, e soprattutto delle lavoranti che da tradizionalmente si occupano di quanto viene portato a riva dai pescatori, e delle loro mani avvezze a "travagghiari". Della linea fanno parte il tonno al naturale, il tonno all'olio di oliva - in diversi formati- e prossimamente il sugo al tonno rosso. Oltre a questa linea di prodotto, Compagnia Mercantile Italia si rivolge anche a un mercato di massa, attraverso un marchio diverso, denominato "La Corona", che attualmente comprende la linea di prodotto dello sgombrò sott'olio».

Tonno Mattina si colloca nel segmento più alto del mercato di settore. Quali sono i vostri clienti?

«L'azienda commercializza sia attraverso la propria attività diretta che avvalendosi dell'opera di professionisti. Tanti buongustai, infatti, sono stati attirati da questo prodotto raffinato e di altissima qualità, che evoca un passato remoto intriso di antiche civiltà e tradizioni di famiglia. Il nostro prodotto è destinato a coloro che apprezzano la magica alchimia di sapori che solo una lunga maturazione può portare: per questo motivo è presente solo in selezionati punti vendita frequentati da veri cultori del cibo».

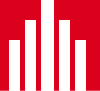
Come prevedete sarà il 2010?

«La riduzione delle quote pesca del tonno rosso da parte della UE comporterà sicuramente dei problemi di reperimento di pescato e, ancora di più, il tonno rosso diventerà un prodotto prezioso. Attualmente siamo anche impegnati nell'onorare una commessa affidataci da un noto marchio leader di settore nel mercato dello sgombrò sott'olio - mediamente 7 tonnellate di pescato trasformato alla settimana -, e siamo in grado di fornire trasformazione e inscatolamento di prodotto ittico a terzi».

Cosa bisogna fare per valorizzare il patrimonio alimentare italiano?

«Si dovrebbe ripartire dalle tradizioni del territorio, per farle conoscere: il cibo può diventare, nell'epoca della globalizzazione, un elemento aggregante, che aiuta ad abbattere le barriere: tuttavia, per usare il patrimonio alimentare in questa direzione, è necessario rivedere, da parte del nostro Governo, gli interventi a sostegno delle pmi, che attualmente sono le sole in grado di rappresentare degnamente, attraverso la loro produzione, le tradizioni alimentari locali».

tradizioni
del territorio



Menu milanese per le tavole globali

ZAINI SPA



Compie cent'anni la «dolce» impresa di famiglia

Puntare sull'italianità delle materie prime come le ciliegie, la menta piperita del Piemonte e le essenze di agrumi di Sicilia, e sul mantenimento in Italia della produzione è il segreto della Zaini per esportare in mezzo mondo

Si appresta a tagliare il traguardo dei 100 anni di attività ma la Zaini ha saputo coniugare tradizione e innovazione. Nata a Milano in via De Cristoforis nel 1913, per volontà di Luigi Zaini che intravvide l'opportunità di trasformare il suo laboratorio artigianale in una piccola produzione industriale di cioccolato, cacao e caramelle, a cavallo tra il 1917 ed il 1918 l'azienda si trasferì in via Imbonati, dove ancora oggi si trovano gli uffici con una parte della produzione e lo spaccio. Dopo la scomparsa di Luigi Zaini, la seconda moglie Olga, giovanissima, si trovò a dover condurre l'azienda, tra le prime donne manager in Italia. Un aneddoto ricorda che con prontezza di spirito, in seguito ad un bombardamento del '44 che distrusse in parte lo stabilimento, riuscì a farlo ricostruire in sei mesi. Da allora la crescita è stata costante. La gestione dell'azienda, con **Luigi Zaini** e sua sorella **Antonella**, è arrivata alla terza generazione, mantenendo però inalterate l'entusiasmo e la passione per la qualità del proprio prodotto. Oggi l'azienda ha due stabilimenti di produzione, 180 dipendenti e un centinaio di agenti. Zaini non è solo gustoso cioccolato ma anche una delle pochissime realtà all'interno del panorama dolciario europeo autorizzata a produrre caramelle farmaceutiche in un laboratorio autorizzato dal ministero della Salute. Abbiamo chiesto a Zaini il segreto del loro successo.



Luigi Zaini, rappresentante legale dell'azienda



Uno dei richiestissimi prodotti Zaini

Che importanza ha il fattore qualità?

«La qualità dei nostri prodotti è da sempre al centro di tutte le nostre attività, per questo poniamo grande cura nella scelta e nel controllo delle materie prime e dei fornitori, prestiamo particolare attenzione all'intero ciclo dei processi produttivi garantiti anche da due importanti certificazioni, operiamo un'accurata e continua formazione del personale, poniamo grande attenzione alla filiera. La proposta di prodotti della migliore tradizione artigianale ci è stata anche riconosciuta ufficialmente anche dalla Disney, che ha insignito Zaini con il Disney Product Awards 2009 per qualità, innovazione e valore delle sue nuove caramelle porzionate a licenza Disney».



Quanto pesa il ruolo dell'export sul fatturato?

«Zaini, che è il secondo produttore mondiale di ovetti di cioccolato con sorpresa da 20 grammi, distribuisce i suoi prodotti in oltre 50 Paesi al mondo. Oggi l'export rappresenta il 35% del fatturato globale ma puntiamo a farlo crescere ulteriormente».

Che tipo di canali di vendita utilizzate?

«La struttura di vendita Zaini, con una capillare rete di venditori, presente su tutto il territorio nazionale, consente una copertura di tutti i canali alimentari, sia Gdo che normal trade come bar, piccoli esercizi alimentari, cash & carry».

Cosa bisogna fare per valorizzare il patrimonio alimentare italiano?

«La nostra azienda, di proprietà italiana, si sta avvicinando al traguardo dei 100 anni di attività. Poche imprese ancora totalmente italiane posso vantare simili traguardi. In sintesi cerchiamo di coniugare i valori della tradizione italiana con la fantasia e la creatività che è sempre elemento distintivo della cultura del nostro Paese. Inoltre, essendo un'azienda italiana, puntiamo anche sull'italianità anche delle materie prime, quali ad esempio l'impiego di ciliegie italiane, menta piperita del Piemonte ed essenze di agrumi di Sicilia e sul mantenimento in Italia dei nostri stabilimenti di produzione».

FARMO

Se la bontà non è questione di glutine

L'azienda ha saputo in pochi anni coniugare un'attenzione specifica al consumatore offrendo prodotti che siano contemporaneamente sicuri dal punto di vista salutistico ma anche gustosi

«Il giorno che una persona si scopre celiaca è una buona giornata perché dal quel momento non si ha più bisogno di prendere medicinali per curare delle manifestazioni del proprio malessere, ma è sufficiente alimentarsi senza glutine». È questa la filosofia della **Farmo** che ha saputo in pochi anni coniugare un'attenzione specifica al consumatore, offrendo prodotti che siano contemporaneamente sicuri dal punto di vista salutistico ma anche gradevoli. Farmo, attiva dal 2000, ha intensificato il suo sviluppo negli ultimi due o tre anni. Specializzata nella produzione, marketing e distribuzione di prodotti dietetici senza glutine ha acquisito la **Naturalbio**, un'azienda artigianale specializzata nelle produzioni di biscotti e alimenti da forno biologici, e ha dato vita allo stabilimento di Casorezzo, dove su 4.000 metri quadrati lavorano una trentina di addetti. Il presidente **Remo Gai** ci spiega la ricetta del successo della Farmo.



Il presidente della Farmo **Remo Gai**



Un espositore con i prodotti dell'azienda di Casorezzo

prodotti biologici

Come coniugate un prodotto denso di tradizione come quello della pasta con l'innovazione?

«Farmo è un'entità unica nella nicchia di mercato. Commercializziamo prodotti di nostra esclusiva produzione in quanto abbiamo tecnologie dedicate esclusivamente ad alimenti senza glutine, che si tratti di pasta, prodotti da forno o preparati. Il nostro è un settore all'avanguardia che risponde alle esigenze nutrizionali di una gran parte della popolazione. Si stima, infatti, che l'80 % delle persone che sono intolleranti al glutine non sanno di esserlo».

Qual è la vostra ricetta anticrisi?

«Il nostro settore si sta sviluppando molto bene. Negli ultimi due anni il nostro fatturato è raddoppiato tanto che nel 2009 è aumentato del 25%. Abbiamo prospettive ugualmente molto importanti. Questa è una nicchia di mercato che richiede molta competenza specifica quindi occorre creare una propria credibilità personale e aziendale. Noi puntiamo tantissimo sull'aspetto organolettico. I nostri prodotti non devono in alcun modo far rimpiangere quello tradizionale, di modo che l'alimentazione non sia vissuta come un elemento di penalizzazione. Facciamo sì che il consumatore possa contare sul gusto, sulla varietà ma anche su un prezzo alla portata di tutti».

Esportate i vostri prodotti?

«Un quarto del fatturato è estero e abbiamo rilevato una tendenza all'aumento. Esportiamo nel nord Europa - soprattutto in Inghilterra, in Scandinavia, in Spagna e in Francia - mentre si sta dando vita a un'intensa attività di "semina" negli Stati Uniti».

Quali sono i problemi che riscontrate maggiormente?

«Soprattutto le lungaggini burocratiche. Non è possibile che per installare una cabina elettrica ci si impieghi 12 mesi o che il ministero della Salute arrivi al limite massimo per registrare le nostre domande. Noi andiamo avanti con caparbia. A maggio prevediamo l'inaugurazione della nuova sede, dove saranno anche accolte le scolaresche».

Come si svilupperà l'azienda nel 2010?

«La nostra società sta vivendo fase di cambiamenti. Fino a qualche mese fa aveva due siti produttivi, uno in provincia di Torino uno a Ravenna. Per esigenze di razionalizzazione, ma anche per cogliere nuove opportunità di sviluppo, abbiamo voluto accoglierli in un unico sito produttivo. Inoltre svilupperemo l'integrazione nel nostro gruppo della Naturalbio, che realizza prodotti che necessitano della notifica del ministero della Salute».



In Arabia non è solo il petrolio a fare business

Le riforme introdotte per attrarre investimenti stranieri includono numerosi ambiti: dal processo per agevolare il rilascio dei visti d'ingresso, alla semplificazione della normativa commerciale, alla rimozione di alcune regole protezionistiche

L'Arabia Saudita è il quarto Paese al mondo dopo Russia, Iran e Qatar detentore di riserve di gas naturale mentre le riserve di petrolio la fanno posizionare al primo posto. Sul territorio nazionale sono presenti depositi considerevoli di oro, minerali di ferro, rame, argento, uranio, carbone, tungsteno e altri metalli. Nonostante il petrolio abbia un ruolo predominante, il governo ha deciso di diversificare l'economia attraverso una politica di incentivazione dell'imprenditoria privata e di attrazione degli investimenti esteri. La diversificazione, come disegnata dall'ultimo piano quinquennale (2007-2012) si incentra sulla volontà di raddoppiare, portandolo al 15%, il peso di Riad sul mercato globale dei derivati del

petrolio e sullo sfruttamento delle risorse minerarie e dei bassi costi interni dell'energia per la produzione di prodotti quali alluminio, fertilizzanti, componenti per l'industria automobilistica. Il programma prevede interventi nel settore dei lavori infrastrutturali (in particolare quello delle costruzioni, il cui settore è in crescita del 7%, quello delle telecomunicazioni e dei trasporti), oltre che nell'industria manifatturiera. Il governo saudita conta di allargare in particolare il sistema aeroportuale di Jeddah e lo scalo di Medina, oltre a realizzare il Tiran Bridge verso l'Egitto e l'Haramain High Speed Rail (tra La Mecca, Jeddah e Medina).



gli attuali freni al pieno sviluppo delle potenzialità dell'Arabia Saudita restano la politica di saudizzazione, l'obbligo di impiegare sauditi per coprire il 75% della forza lavoro e la quasi totale esclusione delle donne dalle attività lavorative

fra i Paesi del Golfo l'Arabia è il più popoloso e con un'accentuata propensione ai consumi di lusso: opportunità quindi per i prodotti del Made in Italy come gioielleria, abbigliamento, mobili



TABELLA - DATI GEOGRAFICI

- Superficie: 2,15 milioni di kmq
- Popolazione: 28.686.633
- Città principali:
 - Riyadh (capitale): 4 mln abitanti
 - Mecca: 1,4 mln abitanti
 - Jeddah: 2,3 mln abitanti
 - Medina: 870.000 abitanti

(fonte CIA, the World Factbook)

- Moneta: l'unità monetaria è il Rial Saudita (SR), suddiviso in 20 qirsh.

Il tasso di cambio ufficiale del Rial Saudita a gennaio 2010 è di 5.355 SR per 1 euro.

imprenditoria privata

UN ENTE PER SEMPLIFICARE L'ACCESSO

Le riforme introdotte per attrarre gli investimenti stranieri includono numerosi ambiti: dal processo tuttora in corso per agevolare il rilascio dei visti d'ingresso, alla semplificazione della normativa commerciale, alla rimozione di alcune regole protezionistiche. La Saudi Arabian General Investment Authority (Sagia) è l'ente promotore della semplificazione burocratica (es. semplificazione delle procedure e riduzione del tempo di rilascio visti per affari) e dell'attrazione degli investimenti stranieri nel Regno. Le prospettive di sviluppo del settore edilizio sono soprattutto legate ai progetti per la costruzione di sei nuove città («economic cities» la cui edificazione è curata dalla Sagia), il cui contributo alla crescita del Pil è previsto, entro il 2020, pari a 150 miliardi di dollari. La costruzione di due delle città è già stata avviata: King Abdullah City, a nord di Jeddah, e Prince Abduaziz Bin Mesaed Economical City, nella stessa regione, vicino a Medina. Sono inoltre previsti ingenti investimenti residenziali, con la previsione di un incremento della domanda di 1,5 milioni di nuove abitazioni entro il 2015. Carattere prioritario, dato il non elevato livello medio di formazione specialistica della popolazione locale, unitamente all'alto tasso di crescita demografica, rivestono il settore dell'istruzione e della formazione professionale. Attuali freni al pieno sviluppo delle potenzialità dell'Arabia Saudita restano la politica di saudizzazione (obbligo di impiegare sauditi per coprire il 75% della forza lavoro) e la quasi totale esclusione delle donne dalle attività lavorative. Un recente rapporto della Banca Mondiale rileva come l'economia del Paese si basi comunque in gran parte su forza lavoro straniera: quasi 6 milio-

ni di lavoratori (il 54% del totale) sono immigrati. Di questi, il 90% è impiegato nel settore privato. I sauditi, al contrario, occupano posizioni chiave nell'amministrazione pubblica, nel grande business (quasi sempre di Stato), negli incarichi religiosi. La Commissione sulle comunicazioni e la tecnologia Informatica ha già in parte liberalizzato il settore garantendo nuove licenze a operatori di telefonia fissa e mobile. Le prospettive dell'unione monetaria del Golfo il cui trattato istitutivo, dopo un lungo processo negoziale, è stato firmato da Arabia Saudita, Kuwait, Qatar e Bahrain (EAU e Oman hanno deciso al momento di non farvi parte), dovrebbe di fatto costituire un fattore di stabilità monetaria per l'intera area. La decisione di fissare a Riad la sede della prossima Banca Centrale del Golfo, oltre a urtare le suscettibilità emiratine, costituisce il riconoscimento del peso economico e politico dell'Arabia Saudita nella regione.





In Arabia non è solo il petrolio a fare business

ECONOMIA E INTERSCAMBI CON L'ITALIA

Ufficialmente l'Arabia Saudita non ha debito estero (Fmi). E' aderente al Wto dal 2005. Fra i Paesi del golfo è il più popoloso e con un'accentuata propensione ai consumi di lusso: opportunità quindi per i prodotti del Made in Italy (gioielleria, abbigliamento, mobili). L'Italia, in ambito UE, è per importanza (dopo la Germania) il secondo Paese fornitore dell'Arabia Saudita e il primo partner in termini d'interscambio. L'Italia esporta soprattutto macchine ed apparecchi meccanici, metallo e prodotti in metallo, macchine elettriche ed apparecchiature elettriche e di precisione, ma anche autoveicoli, articoli di abbigliamento, mobili e prodotti alimentari. Aziende italiane di primaria importanza sono presenti per la realizzazione, in joint venture con partner locale, di importanti progetti nel settore petrolifero, petrolchimico, dell'impiantistica e dell'acciaio. Gli Stati Uniti e il Giappone continueranno secondo le previsioni ad essere i principali partner commerciali del Paese. Per quanto riguarda infine il sistema normativo regolante le contrattazioni economiche, la regolamentazione delle dispute commerciali avviene sulla base della sharia (legge islamica). A partire dal 2003, possono operare in Arabia Saudita anche estere senza un partner locale. La penetrazione di compagnie di assicurazione e istituti di credito stranieri rimane abbastanza bassa, se confrontata con i livelli raggiunti dagli altri Stati del Golfo.

EASE OF...	DOING BUSINESS 2010 RANK	DOING BUSINESS 2009 RANK	CHANGE IN RANK
Doing Business	13	15	+2
Starting a Business	13	31	+18
Dealing with Construction Permits	33	39	+18
Employing Workers	73	70	-3
Registering Property	1	1	0
Getting Credit	61	59	-2
Protecting Investors	16	15	-1
Paying Taxes	7	7	0
Trading Across Borders	23	18	-5
Enforcing Contracts	140	138	-2
Closing a Business	60		

Fonte 2010: www.doingbusiness.org

PRINCIPALI INDICATORI ECONOMICI	2007 ^a	2008 ^b	2009 ^c	2010 ^c
PIL nominale in (US\$ mld)	384.1	468.8	410.8	469.4
Crescita reale del PIL (%)	3.4	4.2	-1.0	3.3
Export di beni e servizi	-2.0	5.8	-10.0	2.0
Import di beni e servizi	16.7	10.1	3.0	5.0

^a attuale - ^b Stime Economisti Intelligence Unit - ^c Previsioni Economist Intelligence Unit | Fonte 2010: IMF, International Financial Statistics.

Principali prodotti esportati dall'Italia verso l'Arabia Saudita (gen - giu 2008/2009) (valori in milioni di euro)

SETTORE	gen-giu 2008	Quota %	gen-giu 2009	Quota %	Var. % gen-giu 2008/2009
Macchine ed apparecchi meccanici	853,5	50,7	607,1	46,1	-28,9
Metallo e prodotti in metallo	229,8	13,7	203,3	15,4	-11,5
Prodotti chimici e fibre sintetiche artificiali (compresi prodotti farmaceutici)	105,0	6,2	82,9	6,3	-21,1
Autoveicoli	84,1	5,0	62,7	4,8	-25,4
Prodotti della lavorazione di minerali non metallici (esclusi gli articoli in materie plastiche)	67,9	4,0	57,5	4,4	-15,3
Articoli di abbigliamento e pellicce	53,5	3,2	42,8	3,3	-20,0
Mobili	36,8	2,2	38,4	2,9	+4,4
Articoli in gomma e in materie plastiche	38,0	2,3	35,7	2,7	-6,1
Prodotti alimentari, bevande e tabacco	44,9	2,7	35,1	2,7	-27,8
Coke, prodotti petroliferi raffinati e combustioni nucleari	43,5	2,6	27,9	2,1	-35,9
Macchine elettriche ed apparecchiature elettriche e di precisione	38,4	2,3	24,3	1,8	-36,6
Altri mezzi di trasporto	5,5	0,3	19,8	1,5	+259,8

Fonte: Elaborazione ICE su dati ISTAT

consumi di lusso



Ma quanto esporta la Valve Valley...

Valvole, raccordi, tubi e affini: sono i veri gioielli del made in Italy, i prodotti tecnologici per cui l'industria italiana è considerata al top nel mondo, e l'epicentro di questa manifattura è nel quadrilatero d'oro tra Milano, Varese, Pavia e Bergamo

La valvola come autentico prodotto del made in Italy. Forse suona come una provocazione, ma poggia su un dato di fatto: gli italiani sono tra i più grandi produttori al mondo di valvole. La produzione manifatturiera italiana di valvolame, raccordi e tubi è presente negli impianti più importanti del mondo, nei settori industriali più avanzati come il petrolifero, il petrolchimico, il criogenico, il chimico. E il distretto per antonomasia della produzione per il cosiddetto «oil & gas» è la Lombardia, la Valve Valley italiana. Tutti questi piccoli produttori di valvolame, tubi e altri prodotti assimilabili, presenti soprattutto nelle aree attorno a Milano verso Varese, nella bergamasca e nel vogherese, hanno generato un indotto che, oltre che essere importante come volumi, è anche molto specializzato. Oggi in Lombardia, avendo il disegno di una valvola, la si potrebbe fabbricare senza avere nemmeno la fabbrica, basta un luogo per mettere insieme i pezzi. Esiste e prospera – pur fiaccata dalla crisi della domanda nel 2009 - una filiera integrata, dal forgiato alla lavorazione superficiale, fino all'assemblaggio e alle pro-

ve. Ma non c'è propensione all'aggregazione: questo mondo è nato e si è sviluppato per iniziativa di singoli produttori, molto orgogliosi della loro capacità produttiva. Oggi i nostri produttori devono confrontarsi con la concorrenza cinese, ma anche con quella indiana, statunitense, giapponese e tedesca. Però, quando un grande contractor internazionale pensa a una valvola, scatta subito il riferimento a un costruttore italiano. Magari proprio a uno di quei piccoli industriali della Valve Valley. Ciò accade perché la pmi italiana (e lombarda soprattutto) opera come una sartoria, produce esattamente la valvola che richiede il cliente. Nel mondo quasi non esistono prodotti standardizzati, perché ogni studio di ingegneria o ufficio tecnico di grande compagnia genera nel progetto delle specifiche tecniche esclusive. Certo di trovare poi un produttore italiano che glielo soddisfa. Anche perché, in questo settore, pure un ordine «su misura» può significare migliaia o addirittura milioni di pezzi. «La risposta è yes, qual è la domanda?». Ecco perché la Valve Valley è diventata leader nel mondo.

■
i produttori devono confrontarsi con la concorrenza cinese, indiana, statunitense, giapponese e tedesca. Però, quando un grande contractor internazionale pensa a una valvola, scatta subito il riferimento a un costruttore italiano



Ma quanto esporta la Valve Valley...

Valvole speciali a «tenuta» di mercato

Una piccola azienda diventa protagonista del mercato mondiale dei grandi contractor petroliferi investendo su personale e macchinari di prova, per fornire un prodotto-servizio allineato agli standard più elevati: così la Rbr si è globalizzata

«La **Rbr**, nata per la produzione di valvole destinate a tutti i settori industriali, dal 2005 è una compagnia globalizzata, il cui punto di forza non è la differenziazione tecnologica ma l'intangibilità, ovvero il servizio che accompagna il prodotto»: così **Ettore Virtuani**, direttore Generale dell'azienda di Pogliano Milanese, spiega l'evoluzione dell'impresa che si è specializzata nel campo delle valvole a sfera per impianti speciali, soprattutto nel settore gas, petrolio e petrolchimico con particolare attenzione agli impianti speciali quali il criogenico, servizi ad alta temperatura e corrosivi. «Se oggi mi confronto con i concorrenti più affermati, non c'è differenza tra i prodotti. Anche quando le nostre valvole hanno costi elevati per le dimensioni ed i materiali impiegati, il valore è sempre relativamente basso rispetto agli impianti che equipaggiano: al cliente interessano l'affidabilità e la funzionalità complessiva dell'impianto, quindi il servizio e la fiducia che trasmettiamo».



Ettore Virtuani, direttore commerciale dell'azienda di Pogliano Milanese

Il cambiamento dell'azienda ha seguito quello del mercato?

«La Rbr ha avuto un'evoluzione importante sia di mercato che di prodotto. Dal 2005 abbiamo spinto le nostre attività verso aree e clienti nuovi, grandi compagnie come Eni, Saipem, Shell, Chevron, Qatar Petroleum, Exxon Mobil, Total. Questa evoluzione ha portato risultati positivi, con un raddoppio del fatturato medio triennale rispetto al triennio precedente. Abbiamo avviato una nuova politica del personale, incrementando del 20% la base occupazionale (oggi abbiamo una trentina di addetti), e abbiamo investito in nuovi macchinari di prova, come ad esempio una pressa idraulica per le prove fino a 36" di dimensione valvola».

Il controllo qualità come fattore di vendita?

«Oggi nel mondo ci sono due mercati: uno di volumi, dove non sono richiesti prodotti high tech, e uno invece esigente, quello delle vendor list delle grandi compagnie che dettano la specifica tecnica alzando gli standard. Investiamo nelle prove e nei collaudi perché i clienti pur continuando a verificare il processo produttivo mostrano particolare attenzione alle prove finali di funzionamento a cui sempre più spesso presenziano. Noi facciamo progettazione, assemblaggio e verifica. Per questo abbiamo appena installato un impianto per le prove a bassa temperatura, sia per entrare nel mondo vero del criogenico (-196 °C), quello degli impianti di rigassificazione, sia perché molti mercati – come ad esempio il Kazakistan – ci chiedono valvole per basse temperature, capaci di operare a -50°C / -120°C. Siamo inoltre attrezzati per controllare il Fugitive Emission della Valvole, argomento a cui le compagnie petrolifere internazionali sono molto sensibili, non che tutti i controlli non distruttivi atti a certificare sia la composizione che l'integrità dei materiali di partenza».

RBR



Per più di 35 anni la **RBR** ha progettato, disegnato, costruito e fornito valvole che sono installate nei più svariati impianti in tutto il mondo



Come è avvenuta la globalizzazione dell'azienda?

«Seguendo strade già frequentate, però passo per passo, perché ogni contatto nuovo apre nuove richieste di offerta. In parallelo deve crescere all'interno dell'azienda la capacità progettuale di assistere la vendita, sviluppando cultura tecnica e soprattutto lavorando sulla "people culture" di tutto il personale orientata a sviluppare la qualità intangibile del prodotto. Inoltre per evitare la competizione dei Paesi a basso costo come India e Cina, che restano sul prodotto tradizionale e maturo, seguiamo strade che ci portano ai grandi clienti che non comprano solo per il prezzo, ma che attraverso Vendor List selezionate limitano ed omogeneizzano i fornitori».

Si può competere alzando il target?

«Sicuramente, facendo crescere l'azienda dal punto di vista professionale per servire grandi clienti con un prodotto all'altezza delle aspettative e con l'obiettivo di instaurare con la clientela un rapporto duraturo di partnership e non di semplice, quindi fugace, fornitura. Questa è la vision Rbr».

Gli specialisti dei tubi e dei raccordi che contano

Quando servono prestazioni elevate per gestire gas e fluidi ad alte temperature e corrosivi, i clienti internazionali del settore oli & gas si rivolgono alla Orsi Officine, da più di mezzo secolo leader in una nicchia iperspecializzata

«Peccando di immodestia possiamo dire che essendo attivi in questo settore sin dal 1954, siamo conosciuti per la qualità e l'affidabilità dei nostri prodotti, ci siamo affermati in una nicchia specializzata rappresentata dalle leghe di nichel, dagli acciai speciali e dal titanio, tutti materiali ad alte prestazioni utilizzati in ambienti dove ci sono temperature elevate (fino a 1.000/1.100 C°) o elementi corrosivi. In questa nicchia abbiamo fatto della flessibilità il nostro punto di forza, in termini di misure, materiali e tempi di consegna, in quanto non avendo una produzione di linea standard, lavoriamo prevalentemente su commessa». Così **Angelo Orsi**, amministratore delegato della **Officine Orsi** di Carpiano, affiancato dai figli **Luca** (responsabile risorse umane ed estero) e **Marco** (responsabile di produzione), racconta il segreto di questa azienda familiare presente in tutto il mondo.

La clientela vi riconosce questa esclusività?

«Sì, perché oltre che sulla flessibilità e sulla qualità, il nostro cliente conta sulla specificità dei materiali che usiamo, che vengono fabbricati su misura per lui: siamo al di fuori dei classici tubi in acciaio inox 304 o 316, operiamo nel campo di materiali più pregiati, costosi e destinati a impieghi speciali».

Come si orienta il vostro mercato?

«Il nostro cliente principale è il grandi trader che ordina tutti i componenti di un impianto in genere commissionato da una società di ingegneria. Comunque lavoriamo anche direttamente con società di engineering, che si rivolgono a noi per progetti di media dimensione e spesso per clienti istituzionali. Per quanto riguarda la destinazione dei nostri prodotti, l'export è già oltre il 50-60% del fatturato (sui 20 milioni di euro), ma anche i clienti italiani in genere esportano il prodotto acquistato da noi. In sostanza, il 90% dei nostri prodotti è in giro per il mondo, con il Medio Oriente quale mercato di maggior vendita».

Chi sono i vostri competitor?

«Ne abbiamo pochi e agguerriti in Italia, mentre all'estero competiamo principalmente con i tedeschi. Con l'Oriente non abbiamo problemi di concorrenza perché il nostro è un prodotto di nicchia, dove la componente umana, cioè le conoscenze e la perizia degli operai, conta molto. E poi noi produciamo lotti medio-piccoli, le grandi installazioni standard le lasciamo agli altri».

Nel tempo come si è globalizzata l'azienda?

«Noi siamo arrivati a operare sui mercati esteri molto tempo dopo la fondazione, tanto che nei primi 20/25 anni della nostra vita aziendale l'export non esisteva, in quanto trattavamo solo con stocchisti italiani. Poi, quando siamo maturati abbiamo fatto questo salto verso il mondo. Ovviamente l'azienda è cresciuta anche dimensionalmente, oggi abbiamo una settantina di addetti. Il capitale umano è cresciuto anche professionalmente e nelle qualifiche tecniche, con forti investimenti nella formazione continua interna».



Angelo Orsi, amministratore delegato della Officine Orsi di Carpiano, affiancato dai figli Marco e Luca ha raccontato il segreto di questa azienda familiare presente in tutto il mondo

E dal punto di vista tecnologico?

«Non ci siamo mai fermati, continuando a modernizzare gli impianti, introducendo macchinari sviluppati per poter assistere il nostro know how che è la saldatura delle leghe speciali. Abbiamo presse fino a 5.000 tonnellate, vari impianti di saldatura automatica, un forno per i trattamenti termici e 2 bunker per il controllo con raggi X delle saldature».

La crisi si è fatta sentire?

«C'è stato calo notevole e il fatturato ne ha risentito, ma il peggio sembra passato. In ogni caso, stringendo i denti, abbiamo mantenuto l'occupazione senza fare un'ora di cassa integrazione. Rientra anche questo nella nostra politica aziendale: oltre a fidelizzare il cliente noi fidelizziamo anche i lavoratori, con un turn over prossimo allo zero. Comunque ci vorranno mesi prima che il lavoro riparta veramente».



Officine Orsi si è affermata in una nicchia specializzata rappresentata dalle leghe di nichel, dagli acciai speciali e dal titanio



OFFICINE ORSI



Ma quanto esporta la Valve Valley...

Raccordi nati con la vocazione all'export

Da una storia di contoterzismo nasce e si afferma la Nuova Road, una piccola impresa che sviluppa una tecnologia all'avanguardia, fissando lo standard tecnico nel campo dei raccordi oleodinamici e pneumatici

«Mi occupo del settore dell'oleodinamica e pneumatica sin dagli anni Sessanta, quando l'impresa fondata da mio padre lavorava come contoterzista per altre importanti aziende. Negli anni abbiamo cominciato a intervenire sulla parte industriale facendo costruire, sempre da costruttori italiani, delle macchine specifiche per la lavorazione dei raccordi e del valvolame. Alla fine degli anni Ottanta ho fondato la **Nuova Road**, creando una gamma completa che va a toccare tutte le specifiche di questo settore, sia per il mercato nazionale che internazionale»: **Franco Denti**, titolare dell'azienda di Torrevecchia, illustra insieme alla moglie **Gabriella Bergamaschi** (director manager) il percorso imprenditoriale che l'ha condotto oggi a una produzione annua di 2 milioni di pezzi per un fatturato di circa 4 milioni di euro, con 12 occupati.

L'azienda è cresciuta insieme alla tecnologia?

«La svolta c'è stata con l'acquisto di un impianto completamente automatizzato, che garantisce performance di lavoro molto elevate e ci ha permesso di apportare modifiche a particolari prodotti per la pneumatica e alle valvole per automotive. Si è generato un processo di innovazione incrementale che ha portato al miglioramento di alcune lavorazioni e quindi ad un aumento delle performance innovative, nella sicurezza e nella tecnica. La carta vincente è la qualità, l'aggiornamento costante, i certificati di collaudo e i servizi offerti. E ovviamente una certa flessibilità per la produzione su misura di alcuni lotti».

In che modo l'azienda si è evoluta verso l'estero?

«La mia ricerca primaria è stata trovare il modo di costruire un prodotto che sposava una filosofia di standardizzazione tecnologica. Così abbiamo creato un prodotto, l'adattatore con sede 60°, che rispondeva alle norme inglesi, per quanto riguarda la forma di attacco, e a quelle americane per le dimensioni specifiche. Da questo legame è nata la gamma di adattatori tuttora in produzione e che ormai ha ereditato l'appellativo "adattatori Denti". L'altro passo fondamentale per l'ingresso nel mercato estero è stato costruire un raccordo oleodinamico con standard internazionale. Lo sforzo iniziale è stato produrre una gamma senza avere nessun supporto di vendita, poi nell'87 abbiamo iniziato a partecipare alle fiere internazionali».

Come vi muovete sui vostri mercati?

«Attraverso le fiere entriamo in contatto diretto con i clienti. Abbiamo poi dei distributori ufficiali in Italia e all'estero ma non abbiamo ancora aperto filiali, anche se è un passo da compiere in futuro. Per ora siamo molto ben posizionati nei mercati occidentali, soprattutto nel nord Europa e negli Stati Uniti».



La sede Nuova Road nel pavese

NUOVA ROAD

E il mercato arabo?

«Il Medio Oriente è un mercato importante, ma al momento risulta un po' ostico perché manca un tessuto diffuso di operatori per la vendita e l'assistenza. Diverso è il mercato russo, dove il contatto con la clientela è favorito dalle fiere e poi veicolato da rivenditori locali. Il vero problema è che bisogna capire le caratteristiche di questi territori, si tratta di un mondo completamente nuovo dove sono presenti solo insediamenti di multinazionali, quando invece noi siamo abituati a operare con realtà molto più capillari».

Chi sono i vostri concorrenti principali?

«In Italia siamo tutti allineati, nel rapporto qualità-prezzo, ma non possiamo affrontare il mercato cinese dove richiedono il 50% in meno rispetto al nostro listino. Logicamente anche la qualità risulta molto inferiore e i Paesi nordici, che si erano affacciati su questo tipo di mercato, stanno facendo marcia indietro tornando a focalizzare l'attenzione sulla qualità e sulla sicurezza».



La carta vincente di Nuova Road è la qualità, l'aggiornamento costante, i certificati di collaudo e i servizi offerti

Di Carmine Pallino

Riforme incisive per competere

Come favorire la ripresa del sistema Italia e cogliere l'opportunità per un riallineamento con l'Europa



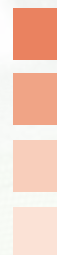
Le pmi rappresentano in Italia il 99,9% del totale delle imprese italiane (Eurostat 2002), una percentuale analoga alla media della Ue, ma il nostro paese si caratterizza per una maggiore incidenza delle imprese micro: il 94,9% contro l'89,1% della Ue; ciò rende la dimensione media delle imprese italiane inferiore a quella comunitaria, con un divario che tocca i valori più alti nei settori tradizionali dell'industria manifatturiera (ad esempio il tessile), nel commercio e nei servizi alle imprese.

Anche la percentuale di valore aggiunto realizzata da dette imprese presenta valori superiori alla media europea: il 57% del valore aggiunto del comparto manifatturiero è infatti realizzato

da imprese con meno di 250 addetti, contro una media Ue del 38,5%.

Permettere alle piccole imprese di competere in modo più efficiente significa rilanciare il Sistema Italia, favorendo i timidi segnali di ripresa onde cogliere contemporaneamente l'opportunità di un riallineamento con l'Europa.

Pur non disconoscendo gli interventi posti in atto dai vari governi pro-tempore per ridurre il gap competitivo con altri paesi europei (deducibilità IVA per cassa, parziale deducibilità IRAP e cuneo fiscale, ampliamento ambito applicativo ammortizzatori sociali, bonus assunzioni, Tremonti-Ter, moratoria dei debiti bancari) certamente molto resta da fare.



LE INIZIATIVE A LIVELLO EUROPEO

Sebbene come vedremo talune norme di promozione europea di recente introduzione abbiano ancora appesantito il quadro generale, a livello comunitario diversi sono gli studi ed i programmi d'azione posti in atto per evidenziare un quadro sfavorevole per lo sviluppo delle piccole e piccolissime imprese:

Semplificazione norme fiscali

La complessità delle norme fiscali rappresenta un fardello particolarmente gravoso per le PMI. Un apposito studio della Commissione si propone di identificare le modalità per semplificarle, in modo da agevolare le piccole aziende, e di individuare esempi di buone pratiche negli Stati membri.

Semplificazione procedure amministrative

Le procedure amministrative pesano sulle spalle delle piccole imprese in maniera assolutamente sproporzionata rispetto alle aziende di maggiori dimensioni.

È necessario ridurre i costi, i tempi e le risorse dedicate alle formalità burocratiche.

Oneri amministrativi

La Commissione europea ha dato il via a un programma d'azione per la riduzione degli oneri amministrativi (2007-2012). Nel mirino del programma vi sono le informazioni che le imprese dell'UE sono tenute a comunicare alle autorità o a privati: informazioni necessarie per la registrazione, per una certificazione, in vista di controlli, per ottenere una sovvenzione; moduli da compilare a fini statistici; etichette indicanti il grado di efficienza energetica; relazioni destinate ai soci, ecc.

L'AMBITO NAZIONALE

Diverse, per le specificità del sistema Italia, sono le aree di intervento da non sottovalutare. In generale a lungo termine sarebbe necessario defiscalizzare totalmente gli utili reinvestiti nella ricerca, nell'innovazione e nel miglioramento tecnologico delle aziende (da sempre di più difficile attuazione in ambito Pmi), oltre che riordinare il sistema degli incentivi legandoli ai progetti di sviluppo aziendale e ai risultati conseguibili.

Ad ogni buon conto senza addentrarsi nelle complesse tematiche correlate al reperimento delle entrate molto può essere fatto con riferimento alla riduzione dei costi diretti e indotti favorendo la rimozione di evidenti ostacoli allo sviluppo competitivo.

Ecco alcuni esempi:

Rapporti con gli istituti di credito

Il credito a imprese e famiglie è ancora insufficiente e sono soprattutto le aziende a subire la diminuzione dei prestiti. Nella struttura finanziaria delle Pmi italiane le banche ricoprono un ruolo importante: la quota di debiti bancari sui debiti finanziari è elevata e supera il 70% nel meridione; inoltre, il rapporto tra debiti bancari e patrimonio netto (superiore al 90%) è uno dei valori più alti nell'ambito della Ue.

Con tali premesse, non sorprende che il dibattito sul sostegno finanziario alle piccole e medie imprese torni ad animarsi ogni qualvolta choc di varia natura interessino il comparto delle Pmi o quello bancario. Il dibattito verte in particolare su due questioni: se le Pmi italiane subiscano forme di razionamento del credito e se i mutamenti in atto nel settore bancario possano ostacolare l'accesso al credito da parte di tali imprese.



sviluppo competitivo





sa nazionale, favorisce un profondo processo di deindustrializzazione ed il sempre più massiccio esodo delle aziende verso altri paesi, anche europei.

Il peso delle imposte italiane deriva in modo particolare per i soggetti economici di minori dimensioni dall'applicazione di un criterio di determinazione di tipo induttivo quale gli studi di settore (dai costi medi si desume il ricavo atteso) che proprio correlando il fatturato ai costi medi del settore non tiene in opportuna considerazione gli investimenti operati per finalità strategiche di lungo periodo, anche a scapito della redditività a breve.

Spesso in passato interventi miranti a semplificazioni (questo è il titolo di diversi decreti che negli anni si susseguono in materia fiscale) si sono tradotti in aumenti della complessità.

Sarebbe auspicabile peraltro, dato l'indubbio interesse di tutti i soggetti per quanto oggetto di attenzione in queste pagine, creare un osservatorio permanente attraverso opportuni indicatori ISTAT per valutare il costo in termini

di dispendio di mezzi e quindi risorse economiche per la burocrazia, da comparare in percentuale sul fatturato tra le imprese di diversa dimensione onde fornire opportuno feed-back per il processo di de-burocratizzazione e semplificazione del sistema Italia.

A livello fiscale inoltre ad esempio una interpretazione autentica correlata alla possibilità di dedurre la plusvalenza per operazioni di finanziamento quali i lease-back immobiliari in rate costanti nella durata dei finanziamenti stessi e non in un minor periodo favorirebbe una opportunamente riallocazione della struttura dei debiti finanziari senza creare nocumeto per il bilancio dello Stato a medio e lungo termine.

Chiudo con l'auspicio che il nostro paese, proprio affrontando un periodo di incertezze come l'attuale, trovi nuovo impulso per risolvere in modo efficace ed efficiente l'annoso problema di un eccessivo costo della burocrazia e fiscalità, favorendo lo sviluppo delle realtà economiche su cui si permea il sistema industriale italiano.

FISCALITÀ

IVA e modifiche in ambito comunitario

Il quadro si complica ulteriormente con le modifiche in ambito europeo alle norme sulla fruibilità dei rimborsi iva, sulla necessità di ottenere apposita asseverazione per crediti di anche modesta entità e sull'ulteriore ampliamento degli adempimenti correlati alle operazioni intracomunitarie anche con riferimento alle prestazioni di servizi (sul punto va precisato come pur non sottacendo l'indubbia condivisibile finalità di contrasto ai fenomeni di evasione in ambito IVA per le piccole imprese ad esempio la variazione della periodicità di trasmissione per le dichiarazioni INTRASTAT che passa da un anno a tre mesi rappresenti un quadruplicare gli adempimenti da porre in essere).

Sempre con riferimento all'impatto sulle realtà di ridotte dimensioni la modifica della regola generale del **luogo di tassazione dei servizi resi a soggetti dotati di partita IVA comporta**, per le imprese nazionali che eseguono in Italia per conto di soggetti non residenti prestazioni di servizio (ad esempio lavori di trasformazione e riparazione dei beni mobili) la perdita dei correlati benefici conseguenti l'acquisizione dello Status di esportatore abituale.

Imposte dirette

Le imprese italiane conseguono in media una redditività, ante imposte, pari al 5,11% dei ricavi. Sulle medesime, tuttavia, la tassazione IRES ed IRAP incide, in media, per il 2,79% del fatturato, deprimendo il reddito netto al 2,35% del fatturato, valore che costituisce disincentivo verso qualsiasi investimento in attività economiche non prive di rischio.

L'effettivo peso della fiscalità che grava sulla piccola media impre-

TRASLOCHI?

Una
passione
dal 1863



cavanna.it
02 332211.1



Welfare e lavoro, novità in Finanziaria

Un breve vademecum esplicativo realizzato dal servizio Relazioni Industriali, per aiutare le imprese a districarsi nel Pacchetto Lavoro contenuto nel decreto attuativo della legge Finanziaria 2010

In seguito all'approvazione della legge Finanziaria per l'anno 2010, entrata in vigore dal 1° gennaio 2010, il Servizio Relazioni Industriali di Confapi Milano ha predisposto un vademecum con utili indicazioni per quanto concerne le modifiche in materia di diritto del lavoro. Le novità sono riportate nella tabella a lato.



PROROGA AMMORTIZZATORI IN DEROGA

La misura consente di intervenire, anche per l'anno 2010, con gli ammortizzatori sociali in deroga nelle situazioni che presentano problematiche occupazionali in cui la vigente normativa in materia di ammortizzatori sociali non prevede alcun intervento.

L'intervento consente altresì di prorogare, per l'anno 2010, procedure di ammortizzatori sociali in deroga già disposti nel 2009.

La norma è finalizzata a consentire nuovi interventi, non perseguibili a legislazione vigente, e di proseguire gli interventi già iniziati negli anni precedenti e non completati.

NUOVI CRITERI PER INDENNITÀ DI DISOCCUPAZIONE

Nell'intento di «coprire» maggiormente i lavoratori disoccupati, per l'anno 2010, nel periodo necessario per il godimento dell'indennità di disoccupazione ordinaria non agricola (cinquantadue settimane lavorative nell'ultimo biennio), vanno computati anche i periodi di lavoro come collaborazione coordinata e continuativa, anche a progetto, per un massimo di tredici settimane e per i quali i versamenti sono stati effettuati alla gestione separata dell'Inps (art. 2, comma 26, della legge n. 335/1996). La disposizione detta anche le modalità di calcolo: l'equivalente in giornate lavorative si ottiene dividendo il totale dell'imponibile contributivo dei versamenti relativi agli ultimi due anni per il minimale di retribuzione giornaliera.



diritto del lavoro

NUOVE DISPOSIZIONI IN MATERIA DI LAVORO

- proroga al 2010 di tutti gli ammortizzatori in deroga introdotti nel 2009
- nuovi criteri per il godimento dell'indennità di disoccupazione
- incentivi per l'assunzione dei disoccupati
- incentivi per l'assunzione degli over 50
- proroga di una serie di disposizioni contenute nella legge n. 2/2009
- indennità in favore dei lavoratori somministrati
- indennità a favore dei collaboratori a progetto
- reintroduzione della somministrazione a tempo indeterminato (staff leasing) e modifiche alla somministrazione a tempo determinato
- modifiche alla disciplina del contratto lavoro occasionale e accessorio
- modifiche alla disciplina del contratto di apprendistato professionalizzante

INCENTIVI ASSUNZIONE DISOCCUPATI

Viene previsto, dai commi 132 e 133, un nuovo incentivo alle assunzioni che va ad aggiungersi a quelli «consolidati» (art. 8, comma 9, della legge n.407/1990, con i benefici in favore dei datori di lavoro che assumono disoccupati da almeno 24 mesi): in via sperimentale e per il solo (al momento) 2010, viene corrisposto un incentivo a chi in trattamento integrativo non derivante da sospensioni dal lavoro (quindi, disoccupato e non cassaintegrato) sia in possesso di un'anzianità contributiva di almeno 35 anni: se ricorrono queste due condizioni e il soggetto accetta un lavoro con un inquadramento retributivo inferiore di almeno il 20% rispetto alle mansioni di provenienza, viene riconosciuta la contribuzione figurativa integrativa, fino alla data del diritto al pensionamento di vecchiaia. In ogni caso, la valenza della norma è fino al 31 dicembre 2010.

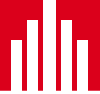
INCENTIVI PER ASSUNZIONE OVER 50

Chi assume (commi 134 e 135) i soggetti beneficiari dello status di disoccupazione e che hanno più di 50 anni godono, per il solo 2010, di un incentivo che si sostanzia in un abbattimento dei contributi a proprio carico: tale beneficio è stimato nel pagamento del 10% dei contributi a carico del datore. La durata dell'incentivo è prolungata in favore dei datori di lavoro che assumono lavoratori in mobilità o che beneficiano dell'indennità di disoccupazione con requisiti normali che abbiano almeno 35 anni di anzianità contributiva, fino alla data di maturazione del diritto al pensionamento e, comunque, non oltre il 31 dicembre 2010.

PROROGA DISPOSIZIONI LEGGE 2/2009

Sono prorogati (comma 136), fino al 31 dicembre 2010, alcuni commi dell'art. 19 della legge n. 2/2009 e, precisamente:

- comma 10 – bis: ai lavoratori non destinatari dell'indennità di mobilità (art. 7 della legge n. 223/1991) licenziati o il cui rapporto sia cessato, potrà essere erogato un trattamento equivalente all'indennità di mobilità, nell'ambito delle risorse destinate agli ammortizzatori sociali in deroga, con riconoscimento della contribuzione figurativa. Tale disposizione sarà regolata da accordi regionali;
- comma 11: viene prorogata la disposizione in base alla quale i trattamenti di Cigs e di mobilità sono estesi alle imprese commerciali, alle agenzie di viaggio e turismo, compresi i "tour operator" con oltre cinquanta dipendenti ed alle imprese di vigilanza con un organico superiore alle quindici unità;
- comma 13: viene prorogata l'iscrizione nelle liste di mobilità dei lavoratori licenziati per giustificato motivo oggettivo da aziende che presentano un organico inferiore ai quindici dipendenti;
- comma 14: vengono prorogate le disposizioni che consentono l'applicazione della normativa sui contratti di solidarietà difensivi ex art. 5, comma 5, della legge n. 236/1993 anche alle imprese sotto dimensionate alle quindici unità.
- comma 15: vengono rfinanziate le proroghe a ventiquattro mesi della Cigs per cessazione di attività (art. 1, comma 1, della legge n. 291/2004) con 30 milioni di euro, a carico del Fondo per l'occupazione.



Welfare e lavoro, novità in Finanziaria

INDENNITÀ LAVORATORI SOMMINISTRATI

L'indennità è prorogata (comma 137) a tutto il 2010, alle stesse condizioni operative previste al comma 12 dell'art. 19 della legge n. 2/2009, con un impegno di spesa pari a 15 milioni di euro.

INDENNITÀ COLLABORATORI A PROGETTO

Al comma 130 viene aumentata l'indennità in favore dei collaboratori coordinati e continuativi, ex art. 61, comma 1, del D.L.vo n. 276/2003, iscritti, in via esclusiva, alla gestione separata dell'Inps (con eccezione dei soggetti individuati dall'art. 1, comma 212, della legge n. 662/1996). Ora, l'indennità, susseguente alla perdita del lavoro, liquidata in un'unica soluzione, è pari al 30% del reddito percepito nell'anno precedente e, in ogni caso, non può essere superiore a 4.000 euro. Tutto questo è possibile nell'ipotesi in cui sussistano, contemporaneamente, le condizioni sotto specificate:

- attività svolta in regime di mono committenza: si tratta di un requisito fondamentale;
- reddito lordo percepito nell'anno precedente, per tale attività, riferibile a una «forbice» compresa tra 20.000 e 50.000 euro;
- accredito presso la gestione separata dell'Inps, relativo all'anno di riferimento, di almeno una mensilità;
- assenza di qualsivoglia contratto di lavoro da almeno due mesi;
- accredito di almeno tre mesi di contribuzione alla gestione separata (art. 2, comma 26, della legge n. 335/1995), riferito all'anno precedente.



contratti

SOMMINISTRAZIONE A TEMPO INDETERMINATO E DETERMINATO

La legge Finanziaria reintroduce lo «staff leasing», ossia la somministrazione a tempo indeterminato ampliandone anche l'ambito di applicazione: cambiano (comma 143), innanzitutto, le ipotesi nelle quali la somministrazione, sia a tempo determinato che indeterminato, è vietata. Oltre ai casi della sostituzione di lavoratori in sciopero ed alla mancata valutazione dei rischi da parte del datore di lavoro, per effetto della mutazione della lettera b) del comma 5 dell'art. 20 del D.L.vo n. 276/2003, la somministrazione non può essere effettuata «salva diversa disposizione degli accordi sindacali, presso unità produttive nelle quali si sia proceduto, nei sei mesi precedenti, a licenziamenti collettivi, a meno che tale contratto sia stipulato per provvedere alla sostituzione di lavoratori assenti, ovvero sia concluso ai sensi dell'art. 8, comma 2, della legge n. 223/1991 (sono i contratti a termine dei lavoratori in mobilità), ovvero abbia una durata iniziale non superiore a tre. Salvo diversa disposizione degli accordi sindacali, il divieto opera altresì presso unità produttive nelle quali sia «operante una sospensione di rapporti». L'applicazione dello staff leasing è prevista nei casi elencati a lato.

CONTRATTO LAVORO OCCASIONALE E ACCESSORIO

Con le modifiche introdotte dalla Finanziaria 2010 i giovani under 25 iscritti a un istituto scolastico di ogni ordine e grado possono prestare attività occasionale e accessoria (il limite è fissato in 5.000 euro per ogni committente nell'anno solare) in qualsiasi settore produttivo, compatibilmente con gli obblighi scolastici, nei week end (dalle ore 13 del venerdì alle ore 6 del lunedì), durante i periodi di vacanza estiva (1° giugno – 30 settembre), nel periodo natalizio (1° dicembre – 10 gennaio) e pasquale (dalla domenica delle Palme al martedì dopo Pasqua), mentre coloro che sono iscritti all'Università e hanno meno di 25 anni possono svolgere tali prestazioni durante tutto l'anno. Quest'ultima novità appare molto importante, atteso che ai giovani studenti universitari è consentito di operare, sostanzialmente, durante un arco temporale di 365 giornate e in

tutti i settori. Inoltre anche i lavoratori regolarmente occupati con contratto a tempo parziale potranno svolgere lavoro accessorio: ciò potrà avvenire presso qualsiasi altro committente che non sia il proprio datore di lavoro. E' importante sottolineare però che le prestazioni occasionali e accessorie non possono essere effettuate presso lo stesso datore di lavoro con il quale si svolge il rapporto a tempo parziale. La crisi attraversata dal nostro Paese ha fatto sì che la misura sperimentale introdotta dall'art. 7 ter della legge n. 33/2009 fosse prorogata anche per l'anno 2010: da ciò ne consegue che nel limite di 3.000 euro complessivi (e non riferiti ai singoli committenti) i soggetti percettori di trattamento integrativo, anche in deroga, potranno prestare attività occasionale e accessoria, cumulando le somme riscosse con il sistema dei voucher con il trattamento integrativo.



CONTRATTO APPRENDISTATO PROFESSIONALIZZANTE

La Finanziaria ha previsto la percentualizzazione della retribuzione dell'apprendista, in alternativa all'inquadramento fino a due livelli inferiori a quello di «arrivo». I contratti collettivi nazionali, territoriali o aziendali la possono stabilire, rapportandola alla qualifica corrispondente: ciò che il legislatore chiede è la gradualità, rispetto all'anzianità di servizio. Ciò significa che la retribuzione è destinata, come, in passato, a crescere progressivamente durante lo svolgimento dell'apprendistato.

finanziaria 2010

DOVE SI APPLICA LO STAFF LEASING

- per servizi di consulenza e assistenza nel settore informatico, compresa la progettazione di reti intranet o extranet, siti internet, sviluppo di software applicativi, caricamento dati, eccetera
- per servizi di pulizia, custodia e portineria
- per servizi da e per lo stabilimento, di trasporto di persone e di trasporto e movimentazione di macchinari e merci
- per la gestione di biblioteche, parchi, musei, archivi, magazzini, economato
- per attività di consulenza direzionale
- per attività di marketing
- per la gestione di call-center, per l'avvio di attività imprenditoriali nelle c.d. «aree Obiettivo 1»
- per le costruzioni edilizie all'interno degli stabilimenti, per installazioni e smontaggio di macchinari, per particolari attività produttive, con riferimento all'edilizia e alla cantieristica navale, le quali richiedano per fasi successive, l'impiego di manodopera diversa per specializzazione da quella normalmente impiegata
- in tutti gli altri casi previsti dalla contrattazione nazionale, territoriale (e qui è la novità) o aziendale stipulati da associazioni datoriali o dei lavoratori comparativamente più rappresentative
- in tutti i settori produttivi pubblici o privati (altra grossa novità introdotta), per l'esecuzione di servizi di cura e assistenza alla persona e di sostegno alla famiglia

Monza, giovani imprenditori crescono

Negli ultimi sei mesi del 2009 sonate più di 1.100 nuove imprese individuali, di cui 1 su 4 ha come titolare un giovane under 30

Nel territorio di Monza e Brianza non è «giovane» solo la Provincia. Negli ultimi sei mesi del 2009 sono, infatti, nate più di 1.100 nuove imprese individuali, di cui 1 su 4 ha come titolare un giovane under 30. È quanto emerge dalla ricerca "Crisi globale e capitalismo dei piccoli. L'impatto sui ceti medi della Brianza", realizzata dalla **Camera di commercio di Monza e Brianza**. Lo studio evidenzia inoltre come le neo imprese del territorio si rivelino più reattive rispetto a quelle più "antiche": tra queste ultime il 58,6% ha scelto, infatti, di non reagire in nessun modo alla crisi, dato che si ferma al 14,8% per le "giovani" imprese, di cui il 26,2% ha scelto invece di cercare nuovi mercati e nuovi ordini, anche avvalendosi della pubblicità (9,8%). Le imprese della Brianza si rivelano tendenzialmente ottimiste sul futuro: le più fiduciose in una ripresa sono quelle nate prima: il 51,9% crede che, se la crisi terminerà presto, riuscirà a svilupparsi. E addirittura il 32,8% delle neo-imprese ritiene che già ora ci siano grandi possibilità. Secondo la ricerca il 70% dei nuovi imprenditori nati a Monza e Brianza tra il 2008 ed il 2009 sono ex dipendenti, circa 13 punti percentuali in più rispetto a quanto accadeva prima della crisi, quando la medesima percentuale si attestava al 57%. Tra coloro i quali hanno deciso di mettersi in proprio durante la crisi, l'8,2% è rappresentato da chi ha perso il posto di lavoro, circa il doppio rispetto a quanto accadeva prima. E il 47,5% ha scelto di aprire un'impresa durante la crisi perché spinto da un forte desiderio di autonomia. Abbiamo chiesto ad alcuni giovani imprenditori associati a Confapi Monza e Brianza di raccontare la loro difficile ma appassionante avventura.

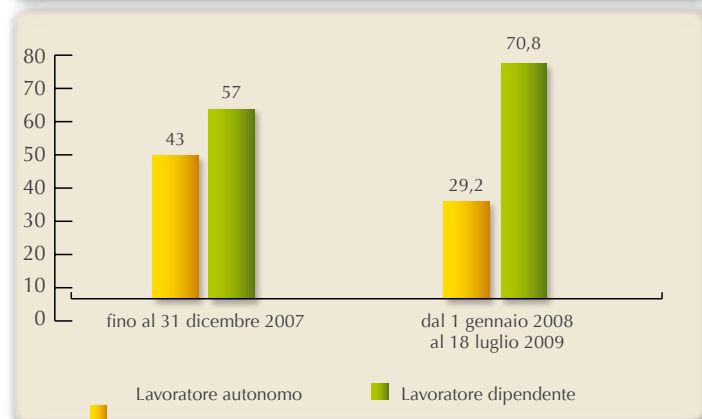
Le principali strategie di reazione che per le imprese iscritte a Monza e Brianza prima e dopo la crisi (%)

	IMPRESE ISCRITTE PRIMA del 2008	IMPRESE ISCRITTE dal 2008
cercando nuovi mercati/ordini	20,1	26,2
in nessun modo	58,6	14,8
uso delle ferie	2	1,6
aumento della pubblicità	2,2	9,8
introdotto innovazioni di processo/prodotto	1,7	4,9
ridotto il personale	3,9	3,3

Fonte: Ricerca "Crisi globale e capitalismo dei piccoli. L'impatto sui ceti medi della Brianza", realizzata dalla Camera di Monza e Brianza in collaborazione con A.A.STER



Provenienza occupazionale per le imprese iscritte a Monza e Brianza prima e dopo la crisi (%)



Fonte: Ricerca "Crisi globale e capitalismo dei piccoli. L'impatto sui ceti medi della Brianza", realizzata dalla Camera di Monza e Brianza in collaborazione con A.A.STER

desiderio di autonomia

CENTAURO S.R.L.

Centauro S.r.l., condotta da un team giovane e dinamico, si è specializzata da oltre 50 anni nella produzione di qualsiasi tipo di guarnizione. I settori in cui opera l'azienda vanno da quello motociclistico, trattori e veicoli movimento terra, al settore delle membrane per riduttori di pressione, ai compressori frigoriferi e a qualsiasi tipo di azienda che abbia la necessità di avere un prodotto di elevata qualità in tempi brevi. L'azienda certificata ISO9001/2000 grazie ai continui controlli durante tutte le fasi produttive è in grado di poter garantire un prodotto privo di difetti di fabbricazione. Abbiamo intervistato l'amministratore unico Dario Varisco.



L'amministratore unico
Dario Varisco.



Chi è il giovane imprenditore, oggi? È possibile tracciarne un profilo? E quale dovrebbe essere il suo ruolo?

Il giovane imprenditore oggi è un giovane dinamico che non ha paura di investire. È una persona, che punta molto all'innovazione e si tiene costantemente aggiornato sulle nuove tecnologie. Non si "fossilizza" sui clienti storici dell'azienda ma è sempre alla continua ricerca di nuovi clienti e di nuovi mercati in cui poter operare. Il suo ruolo deve necessariamente essere quello di "condottiero" di un team che abbia tanta voglia di crescere e che punti sempre, in ogni momento a raggiungere l'eccellenza nel settore in cui opera. Deve essere in grado di trasmettere ai propri collaboratori questi valori che sono fondamentali per la crescita dell'azienda stessa. Deve saper coordinare tutti i servizi aziendali affinché questi siano affiatati tra loro e collaborino sempre alla buona gestione dell'azienda stessa.

Alcuni evidenziano come un fattore critico il sorpasso dei senior sui giovani, e contemporaneamente, un deficit di qualità nella formazione dei giovani italiani. Ma la situazione attuale dipende dai senior, che non vogliono passare il testimone, o dalla mancanza di giovani che sanno dove condurlo?

L'esperienza data dai senior è di fondamentale importanza per la formazione dei giovani imprenditori. Purtroppo se così possiamo dire ci sono molti senior che sono molto, troppo "affezionati" al loro lavoro e difficilmente accettano di passare il testimone alle nuove leve poiché temono che il "giovane" non abbia ancora l'esperienza necessaria per poter gestire l'azienda distruggendo tutto quanto fatto fino a quel momento. Inoltre al senior, fa talvolta molta paura la "ventata" di novità che il giovane imprenditore decide di portare in azienda una volta assunta la

gestione. Vero è che per il giovane imprenditore, non è sicuramente facile soprattutto in questo complicato momento per la nostra economia prendersi una così grossa responsabilità e quindi capita a volte che molti giovani imprenditori "spaventati" da diversi fattori, non se la sentano o non sono in grado di poter sostenere un passaggio di testimone di grossa importanza. Io penso che a molti giovani imprenditori manchi la classica formazione sul campo che invece è alla base del senior che ha imparato nella maggior parte dei casi a lavorare e gestire l'azienda proprio grazie all'esperienza diretta. La teoria è importante, ma tutti noi, ben sappiamo quanto diversa sia poi la pratica vera e propria.

Va bene la capacità di iniziativa personale, ma quanto conta il legame tra territorio, università e impresa?

La capacità di iniziativa personale è sicuramente fondamentale per il giovane imprenditore che vuole sviluppare al meglio la propria azienda. L'innovazione, e la formazione sono però strettamente legate a tutti quegli enti territoriali e Università appunto, che sono in grado di poter fornire un supporto tecnicamente valido tramite personale interno preparato, laboratori e quant'altro di fondamentale importanza per un'azienda dinamica, alla continua ricerca di nuovi prodotti e nuove tecnologie.

Non a caso è proprio l'evoluzione tecnologica la marcia in più che permette ad un'azienda di potersi diversificare da tutti quei concorrenti che producono lo stesso prodotto. Sappiamo tutti benissimo che ormai, è quasi impossibile scoprire un mercato o un prodotto in cui già non siano presenti delle aziende che ci operino da tempo; e proprio qui che interviene quindi la capacità del giovane imprenditore di trovare la giusta via che gli permetta di uscire dalla "mischia" grazie ad innovazioni di prodotto e tecnologiche che possano dare una marcia in più magari anche in termini di competitività di prezzi e rapidità di servizio rispetto alle altre aziende concorrenti. Ecco perché in questa fase il supporto di enti ed università esterne sono vitali per la ricerca di tutto quanto possa essere per l'azienda una novità diversificata sia.

Come giovane che innovazioni ha portato in azienda?

Centauro S.r.l., ha investito nella costruzione di un impianto fotovoltaico sfruttando la nuova tecnologia dei pannelli in telloruro di cadmio. Il nuovo impianto inaugurato nel dicembre sviluppa una potenza complessiva pari a 61,20 KWp, impiegando circa 900 pannelli solari. L'intera struttura, è stata completamente montata sulla copertura dello stabilimento, sfruttando una superficie di circa 1.400 metri quadri. Lo studio evidenzia inoltre che le neo-imprese del territorio si rivelano più reattive rispetto a quelle più "antiche". Tra queste ultime il 58,6% ha scelto di non reagire in nessun modo alla crisi, dato che si ferma al 14,8% per le "giovani" imprese, di cui il 26,2% ha scelto invece di cercare nuovi mercati e nuovi ordini.



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



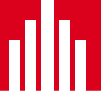
Sede legale:
Via della Colonna Antonina, 54
RM 00186 Roma
Sede operativa:
Via del Gesù, 62
RM 00186 Roma
Tel +39 06 6977081
Fax +39 06 69925420
e-mail: info@fondopmi



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



Nel ricordo di Marco, un premio al futuro

Assegnati in Cattolica i premi di laurea «Marco Pessina», istituiti da Confapi Milano in memoria dell'imprenditore prematuramente scomparso, per valorizzare i temi dell'innovazione e dell'internazionalizzazione delle pmi

La presenza delle imprese italiane in Cina e le strategie competitive di un'impresa familiare: sono gli argomenti delle due tesi, realizzate rispettivamente da **Maria Cesana** e **Francesco Cafforio**, che si sono aggiudicate la prima edizione del premio «Marco Pessina» e i 4mila euro complessivi del premio. L'iniziativa è stata voluta da Confapi Milano, in collaborazione con la Facoltà di Economia dell'Università Cattolica, per commemorare l'esperienza umana e professionale dell'imprenditore **Marco Pessina**, prematuramente scomparso. Durante la premiazione, svoltasi presso l'aula Negri dell'ateneo di largo Gemelli, il presidente di Confapi Milano **Paolo Galassi** ha sottolineato la figura di Marco Pessina, già presidente di Fiera Milano Tech, «una persona che ha sempre saputo valorizzare il ruolo e la ricchezza dei piccoli e medi imprenditori, con una sensibilità spiccata verso la crescita del capitale umano e l'affermazione dell'impresa italiana sui mercati globali».



Sopra: Il direttore generale **Stefano Valvason**, i consiglieri di Confapi Milano e i presidenti di categoria presenti alla cerimonia.

Foto grande: **Maria Cesana** ritira il premio di laurea promosso da Confapi Milano.

la presenza delle imprese italiane in Cina e le strategie competitive di un'impresa familiare: sono gli argomenti delle due tesi che si sono aggiudicate la prima edizione del premio «Marco Pessina»



Nel ricordo di Marco, un premio al futuro



Paolo Galassi ricorda Marco Pessina, affiancato da **Domenico Bodega**, preside della Facoltà di Economia dell'Università Cattolica del Sacro Cuore, e **Davide Boni**, assessore all'Urbanistica della Regione Lombardia

intelligenza e passione



Donatella Galli Pessina, moglie dell'imprenditore **Marco Pessina**, scomparso nel 2008

bisogna mettere intelligenza e passione nei servizi che servono a sostenere quegli imprenditori lombardi che quotidianamente sono chiamati a sfide enormi sui mercati

INTELLIGENZA E PASSIONE NEL FARE IMPRESA

Toccante il ricordo di Donatella Galli Pessina, moglie dell'imprenditore.

«Come spesso diceva Marco – ha spiegato - dobbiamo mettere intelligenza e passione nei servizi che servono a sostenere quegli imprenditori lombardi che quotidianamente sono chiamati a sfide enormi sui mercati. Lo dobbiamo fare perché quegli uomini e donne sostengono davvero la nostra economia, consentono la nostra agiatezza, assicurano il nostro futuro. Spero - ha concluso - che in tanti, a partire dai ragazzi premiati oggi, si dedichino con passione, intelligenza e senso etico alle loro attività anche per servire la comunità che li accolgono e che di loro hanno bisogno». Alla cerimonia sono intervenuti **Domenico Bodega**, preside della Facoltà di Economia dell'Università Cattolica del Sacro Cuore e **Davide Boni**, assessore all'Urbanistica della Regione Lombardia.

Di seguito le sintesi delle due tesi di laurea che si sono aggiudicate il primo «Premio Marco Pessina».

Le strategie competitive delle imprese italiane tra materialità e smaterializzazione: alcune evidenze empiriche

Francesco Cafforio

Con il presente lavoro di ricerca si sono voluti analizzare le nuove direzioni di investimento che le imprese manifatturiere italiane stanno seguendo per aumentare il valore dei loro prodotti. Questo lavoro si colloca all'interno di un progetto di ricerca più ampio realizzato da Centrimark (Centro di ricerche di marketing dell'Università Cattolica del Sacro Cuore di Milano). In particolare in questa sede l'attenzione è riposta sugli aspetti immateriali tipici dell'economia moderna, analizzati in un settore fortemente focalizzato sugli aspetti materiali, il settore meccanico. In collaborazione con Anima (Associazione nazionale imprese meccaniche e affini) sono state coinvolte più di cento aziende rappresentative del settore, alle quali è stato sottoposto un questionario che verteva sulle aree più importanti dell'economia dell'immateriale. L'obiettivo è di comprendere come le imprese del settore meccanico stiano definendo strategie e modelli di business in linea con le direzioni di cambiamento del contesto competitivo attraverso 5 possibili aree di intervento: l'integrazione, a latere dell'offerta principale, di servizi accessori e/o complementari; la virtualizzazione di strutture organizzative e di processi attraverso l'uso delle Ict; l'esternalizzazione di attività e funzioni nella prospettiva della relazione attraverso la costituzione o la partecipazione ad un network di imprese; la valorizzazione delle componenti immateriali dell'offerta (in primis immagine di marca, design ed esperienza di acquisto e di consumo); l'attenzione alla responsabilità sociale dell'impresa, a livello ambientale, sociale (dipendenti e territorio) ed economico (per garantire l'evoluzione dell'impresa e dei sistemi economici nella loro globalità). Il lavoro si compone, quindi, di due macroaree: la prima focalizzata nell'analizzare l'economia dell'immateriale, le sue caratteristiche e l'importanza che ricopre nell'economia moderna; la seconda concentrata sulla ricerca empirica sulle aziende del settore meccanico.

ASPETTI DELL'ECONOMIA DELL'IMMATERIALE

Quando si parla di economia dell'immateriale si parla di un'economia nella quale il valore di un prodotto è sempre meno legato alle proprie qualità materiali, e sempre più alle idee, all'immagine, al servizio collegati al prodotto stesso. Dal punto di vista del consumatore il valore di un oggetto dipende dal significato che gli attribuisce; dal punto di vista dell'impresa la trasformazione fisica della materia prima in un prodotto finito non basta più: quando il prodotto esce dalla fabbrica si può dire che il produttore sia arrivato a metà dell'opera, il resto deve essere completato da quella che E. Rullani (2004) chiama fabbrica dell'immateriale. Per comprendere a pieno l'economia dell'immateriale è necessario analizzarne le principali componenti.

nuove
direzioni
di investimento



Nel ricordo di Marco, un premio al futuro

La conoscenza

Non si può parlare di smaterializzazione senza concentrarsi sul ruolo che la conoscenza ricopre in questo processo. Non è l'uso della conoscenza il fattore nuovo che caratterizza il cambiamento, quanto il superamento delle componenti immateriali, basate sullo sviluppo di conoscenza, su quelle materiali, in termini di valore, investimenti e quota occupazionale. La conoscenza sovverte i normali schemi definiti per la produzione di valore e richiede, da parte delle imprese, una nuova gestione del business.

I servizi

In questa sede i servizi sono trattati come complemento di un'offerta che ha alla base un prodotto materiale. In un'economia immateriale bisogna superare la visione fordista dei servizi (nella quale vengono equiparati ad una qualsiasi merce) per realizzare modelli di gestione che tengano conto dell'importanza che questi ricoprono nell'offerta e delle loro caratteristiche. In particolare l'attenzione al servizio può diventare un fattore cruciale di differenziazione dell'offerta soprattutto nel mondo del business to business (b-t-b).

L'immagine

L'immagine di un'azienda o di un prodotto influiscono notevolmente sulle performance degli stessi. Un'immagine positiva significa soprattutto fiducia, credibilità, legittimazione e quindi semplificazione dei processi di formazione del consenso. Negli anni le imprese hanno investito sempre di più per migliorare la propria immagine e quella dei propri prodotti.

Le esperienze

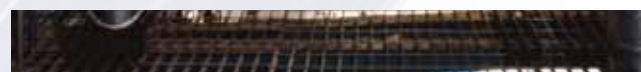
Le esperienze legano i consumatori ad un prodotto. Ci sono due grandi aree di esperienza per il consumatore l'esperienza d'acquisto e l'esperienza di consumo. Le differenze tra queste due aree obbliga le imprese a elaborare diversi modelli di gestione. Fino ad oggi i modelli più trattati si legano alla brand experience.

Le relazioni

Le relazioni tra imprese e consumatori possono ricoprire un ruolo fondamentale nel far incontrare domanda e offerta, ma sono di difficile gestione. Già da molti anni questo aspetto ha acquisito importanza, soprattutto nei settori b-t-b, allargandosi negli ultimi anni, e grazie all'ausilio delle nuove tecnologie di comunicazione, anche ai mercati business to consumer (b-t-c).

La responsabilità sociale d'impresa (Csr)

Altro aspetto importante nell'economia dell'immateriale è la Csr. Si tratta di un argomento già molto dibattuto in letteratura e strettamente legato ai tempi moderni. La Csr nasce dall'idea che le imprese debbano ricoprire un ruolo sociale nel contesto in cui operano, e i consumatori moderni, sempre informati grazie alle nuove tecnologie, esercitano pressioni in tal senso. Le politiche di Csr coinvolgono l'azienda a 360°, per questo devono essere realizzate con attenzione e convinzione.



IL SETTORE MECCANICO: PRIMI SEGNALI DI SMATERIALIZZAZIONE

Il settore meccanico riveste un ruolo fondamentale per la bilancia commerciale italiana. Le esportazioni sono uno degli aspetti che le imprese del settore guardano con maggiore attenzione. Ma come possono le aziende italiane, caratterizzate da piccole dimensioni, competere con i colossi globali e con i bassi costi offerti dai Paesi emergenti? In passato l'impresa italiana si è sempre affidata alla qualità dei propri prodotti per giustificare una politica di premium price, ma ora che anche altri paesi possono garantire elevati standard qualitativi si devono cercare nuovi modi per competere.

In un momento di grave crisi come quello che l'economia mondiale sta attraversando, si devono gettare le basi per fondare le imprese del futuro, capaci di imporsi grazie ai servizi, all'esperienza, all'attenzione al cliente. Per questi motivi si è voluto analizzare questo settore. Sono stati somministrati circa 300 questionari ad aziende associate Anima, ricevendo 105 risposte.

Da queste risposte è possibile delineare un quadro del settore e analizzare come questo si stia muovendo verso gli aspetti legati all'economia dell'immateriale.



prodotto
cliente
immagine

I risultati della ricerca

Le aziende intervistate hanno confermato i dati dimensionali espressi da statistiche a più ampio raggio. Si tratta, in maggioranza, di piccole e medie imprese caratterizzate da un fatturato che non supera i 50 milioni di euro e da un numero di dipendenti non superiore alla centinaia. Dalle risposte si evince subito l'attenzione all'esportazione, al prodotto e una prevalenza di relazioni b-t-b. L'aspetto dell'economia dell'immateriale tenuto in maggiore considerazione è l'attenzione ai servizi, realizzati direttamente dalle imprese e con la possibilità di essere personalizzati sulle esigenze dei clienti. I servizi risultano un fattore determinante per competere in questo settore. Si notano, inoltre, fenomeni di esternalizzazione produttiva, che evidenziano la maggiore attenzione che le imprese stanno riservando allo sviluppo delle componenti immateriali per creare valore. Molti investimenti vengono effettuati per migliorare la relazione, e dunque il rapporto, con il cliente, risultato che corrisponde a quanto ci si poteva aspettare da un settore principalmente b-t-b. La Csr è ancora poco sviluppata ed ancorata ad aspetti legati al risparmio energetico e alla gestione dei rifiuti. Vengono effettuati investimenti in ICT e nell'immagine di marca, mentre ancora poca attenzione viene rivolta al network e alle sue possibilità.

CONCLUSIONI

In seguito alle analisi effettuate si è delineato un quadro su come i cambiamenti intervenuti a livello globale abbiano influenzato la gestione delle imprese a livello locale. Non si è trattato di un cambiamento semplice, e in molti casi è ancora in atto. Le imprese devono riscrivere il loro modo di competere nei mercati prestando maggiore attenzione ad aspetti che fino ad una decina di anni fa erano considerati marginali e che ora sono quelli che forniscono maggiore valore aggiunto. Il settore meccanico si sta dirigendo verso le tematiche immateriali, pur mantenendo una forte attenzione al prodotto. I servizi sono destinatari di maggiori investimenti, soprattutto quando un'impresa decide di esternalizzare la propria produzione. Le imprese del settore sono guidate da tre aree di interesse: il prodotto, il cliente e l'immagine. Non si è riscontrata un'attenzione alla cooperazione e al network, aspetto negativo per il settore, che potrebbe diventare cruciale in una competizione globale, dove l'unione di tanti piccoli potrebbe essere l'arma vincente per battere i rivali più grandi. Inoltre il network è il vettore principale per il trasferimento di conoscenze che rischiano così di rimanere imprigionate nelle piccole imprese. La crisi che sta colpendo il mondo in questi anni sta frenando la crescita e gli investimenti di un settore altresì molto attivo, che dovrà cogliere l'occasione di ripartire dalle componenti immateriali per competere sul mercato globale.



Nel ricordo di Marco, un premio al futuro

Le imprese italiane e la Cina

Maria Cesana

internazionalizzazione

L'emersione della Cina nello scenario economico internazionale rappresenta un evento epocale per le sue dimensioni e per la velocità con cui ha avuto luogo; la Cina è il Paese che ha avuto il più importante sviluppo del nostro tempo, conseguendo in una generazione risultati che altri paesi hanno raggiunto in secoli. La grandezza di tale fenomeno si può riassumere nel fatto che il suo Pil cresce da 30 anni ad un tasso medio annuo del 9,7% e, superando anche la Germania, è diventata la terza potenza in termini di Pil assoluto. Il mercato cinese ha assunto un'importanza tale per cui non è più possibile non considerarlo e non confrontarsi con esso se si vuole continuare a competere nella scena internazionale: non si può trascurare l'importanza di confrontarsi con questo mercato. La maggior parte dei paesi industrializzati ha intrapreso in Cina, a partire dalla fine degli anni Ottanta, una strategia di sviluppo che sembra ora produrre i primi risultati positivi. L'Italia ha invece avuto un atteggiamento prudente e la posizione marginale tenuta riflette le difficoltà del sistema industriale italiano – dominato dalle piccole e medie imprese – a proporsi come interlocutore convincente in un mercato di grandi dimensioni come quello cinese. In questi ultimi anni sta tuttavia aumentando il numero di imprese che dimostrano un crescente interesse verso la Cina e che hanno scelto di considerarla come opportunità piuttosto che come minaccia. L'imprenditoria italiana infatti si sta rendendo conto che il processo d'internazionalizzazione è positivo e non ci si può ritrarre e chiudere all'interno del proprio Paese o della propria regione.

OBIETTIVI DEL LAVORO DI TESI

In questo quadro si inserisce il mio lavoro, volto a presentare imprese che hanno osato affrontare il mercato cinese e sono riuscite ad avere successo. Si è cercato di rielaborare questi casi di eccellenza, evidenziando gli elementi strategici e individuando le condizioni che hanno permesso loro di avere successo, con lo scopo di mostrare che investire in Cina non è facile, ma è possibile. È stato possibile analizzare queste imprese grazie alla collaborazione con la Fondazione Italia Cina che mi ha permesso di avere un contatto diretto con tali imprese. Al fine di studiare in modo esaustivo ed uniforme le diverse esperienze, ho seguito un framework comune così suddiviso:

- presentazione società (quando è nata, aziende che comprende, fatturato, presenza all'estero, dipendenti, missione);
 - presenza in Cina (storia insediamento in Cina, scelta di localizzazione, attività svolte, fatturato, dipendenti);
 - ruolo strategico della presenza in Cina (perché sono andate, elementi strategici di tale presenza, opportunità/difficoltà incontrate).
- Posto che la conoscenza di esperienze di successo possa fungere da



stimolo per altre imprese, non è tuttavia possibile ignorare il quadro generale di competenze e conoscenze indispensabili per muoversi all'interno della realtà cinese al fine di comprendere pienamente l'entità della sfida cinese. La parte teorica della tesi delinea le determinanti della capacità competitiva a livello internazionale e permette di rispondere alla domanda «Come si fa a competere nel contesto globale?». Per affrontare un mercato internazionale, ma soprattutto la Cina, è necessario delineare con precisione i contorni: conoscere la realtà in cui si va a operare (capitolo 1), conoscere i rapporti tra i paesi interessati e i supporti istituzionali che il governo italiano offre per facilitare l'internazionalizzazione delle imprese in Cina (capitolo 2). Le imprese analizzate hanno partecipato al Forum delle «Storie di successo italiane in Cina», evento organizzato annualmente dalla Fondazione Italia Cina. I casi aziendali di seguito riportati sono stati scelti con l'intento di riprodurre la stessa varietà e ricchezza - a livello di settore di appartenenza, di dimensione e di diversa longevità dei rapporti con la Cina - che caratterizza il mondo imprenditoriale italiano.



LE ESPERIENZE IMPRENDITORIALI DI SUCCESSO

I casi a cui si è dato voce sono:

- Ariston Thermo Group, azienda che vanta un'esperienza più che ventennale in Cina, leader nel settore del riscaldamento dell'acqua e dell'ambiente;
- Life Tool Technologies, gruppo marchigiano nato nel 2006 che opera in diversi settori di mercato – dalla cura della persona all'enjoy technology;
- Italcementi, principale società italiana del settore materiali da costruzione, il cui ingresso in Cina, a differenza di molte altre società leader italiane, è molto recente;
- Tesmec, realtà industriale che ha continuato a diversificare la sua produzione e attualmente produce macchine per la tesatura delle linee elettriche e delle fibre ottiche, scavatrici in linea e macchine multifunzione. Da 1985 svolge attività di vendita e servizio di macchine dall'elevato contenuto tecnologico;
- Faam, azienda marchigiana attiva nella produzione delle batterie al piombo e dei veicoli ecologici;
- Brembo, leader mondiale nel design e nella produzione di sistemi frenanti ad alte prestazioni, esempio di impresa che si è avvalsa del supporto di Simest per realizzare il suo secondo investimento in Cina.

Lo studio di queste esperienze di business evidenzia che si devono considerare e rispettare molteplici elementi strategici per consentire alle imprese di cogliere le opportunità offerte dal mercato cinese. Una condizione di primaria importanza è rappresentata dalla scelta e dalla gestione dello staff, sia a livello dirigenziale che di dipendenti. Gli espatriates devono essere altamente qualificati. I cinesi sono desiderosi di imparare, abili nello scegliere cosa imparare e chiedono allo straniero competenze non reperibili in loco. Più alto è il livello di preparazione del manager, del tecnico occidentale, più risponde alle loro aspettative e quindi riceve stima. Per quanto riguarda il reclutamento dei dipendenti locali ciò che emerge è un profilo di mancata idoneità dovuta ad una preparazione inadeguata, alla scarsità di talenti qualificati, oltre che alle difficoltà per la lingua (si veda Life Tool Technologies e Tesmec). Anche la gestione delle risorse umane è un aspetto molto critico in quanto richiede una notevole conoscenza della cultura locale.

Un manager di Brembo ha affermato che fare affari in Cina e arrivare a conoscere meglio la sua cultura sono due percorsi che andrebbero seguiti in parallelo. E' quindi importante che l'impresa abbia una propensione alla multiculturalità perché questa caratteristica permette di avere uno spirito giusto per cogliere gli elementi specifici della cultura cinese. Il manager deve essere in grado di creare un sistema di guanxi (una rete di mutuo vantaggio e obbligo reciproco che permea le relazioni interpersonali a tutti i livelli) e di operare nel rispetto dei mianzi (combinazione di prestigio sociale e dignità personale). L'attenzione a questi valori permette di rendere la gestione dei dipendenti molto personale e di fidelizzare le risorse umane (si veda Italcementi e Faam).

L'INNOVAZIONE COME PROCESSO GRADUALE

Occorre inoltre considerare che l'innovazione, fondamentale determinante del successo a livello internazionale, nel contesto cinese deve avere le caratteristiche di costanza e gradualità. Ciò significa che la migliore strategia aziendale da perseguire è «to keep moving», ovvero introdurre stabilmente prodotti nuovi o nuove caratteristiche per mantenersi continuamente un gradino sopra rispetto alla produzione cinese (si deve infatti ricordare che la qualità del Made in China sta sempre più migliorando). La Cina è un mercato in continuo e veloce cambiamento, che richiede adattamenti continui: è quindi importante che l'impresa sappia cogliere questi continui cambiamenti. Il successo è legato alla capacità di analisi di mercato, all'identificazione dei nuovi trend di consumo e alla capacità di adattarsi velocemente (si veda Ariston e Tesmec). L'innovazione deve essere inoltre di elevato livello tecnologico. Per i vertici di Ariston è impossibile vendere prodotti di secondo ordine in Cina perché la nuova classe emergente vuole «il meglio», è un cliente molto esigente e pertanto spesso la Cina è il primo mercato in cui viene introdotto un nuovo prodotto tecnologico: Ariston, ad esempio, vende in Cina caldaie a condensazione non ancora affermate sul mercato italiano. L'esigente domanda della Cina trova una risposta più che esauriente nella qualità del Made in Italy, in termini sia di standard qualitativi che produttivi. La consapevolezza di poter rispondere a questa domanda è un elemento strategico per affrontare il mercato cinese, come dimostrano le esperienze di Ariston e Faam che, puntando sul Made in Italy, sono state inserite tra i marchi di eccellenza fornitori delle Olimpiadi di Pechino.





Nel ricordo di Marco, un premio al futuro



I RAPPORTI CON LE ISTITUZIONI LOCALI

La sfida del fare business in Cina non può trascurare il ruolo strategico esercitato dai rapporti con il governo che in Cina ha un ruolo interventista ed è poco vincolato a leggi e regolamenti. Creare relazioni efficaci con tutti i livelli del governo – centrale, provinciale e locale - è fondamentale perché permette di neutralizzare il sistema burocratico e apre le porte alla realizzazione dei propri progetti. Senza le ottime relazioni con le autorità locali non sarebbe stato possibile per FAAM, ad esempio, ottenere la licenza produttiva; infatti il settore in cui opera Faam - produzione di accumulatori al piombo acido - è inserito nella «lista nera» dal governo cinese, in quanto considerato ad alto rischio inquinamento. Per avere successo con le autorità è preferibile inoltre che le trattative vengano condotte dal top manager, visto come il rappresentante legale, la persona con cui si possono affrontare direttamente i problemi in tutti i loro aspetti. La sua presenza indica rispetto, stima e considerazione nei confronti delle autorità locali. Un ulteriore modo per creare queste relazioni consiste nel partecipare ad iniziative e investimenti per la comunità locale: questo impegno dà un'immagine di affidabilità e credibilità dell'impresa. Italcementi ha cercato di promuovere un dialogo aperto e una collaborazione continua con le autorità e le comunità locali attraverso non solo l'incontro con il governatore dello Shaanxi, ma anche con la partecipazione ad altre iniziative (ha sostenuto la presenza del Piccolo Teatro di Milano, unico ospite della stagione inaugurale del Nuovo National Center for the Performing Arts of Pechino, a cui hanno partecipato autorità centrali e della provincia dello Shanxi; ha avviato un progetto congiunto con il Fuping Education Bureau e con le autorità della contea per la ristrutturazione delle Primary Schools nell'area).

LA SCELTA DELLA LOCALIZZAZIONE

Anche la scelta di localizzazione concorre in modo determinante al successo dell'avventura cinese. In Cina essa è il frutto del doppio processo decisionale di scelta di macrolocation (scelta della regione o provincia) e di scelta di microlocation (scelta, all'interno della provincia selezionata, dell'area industriale in cui insediarsi). Il concetto di microlocation scaturisce dalla constatazione che la Cina mostra spiccate differenze anche a livello provinciale. Ciò dipende dall'autonomia dei governi locali nel gestire infrastrutture e tasse, dalla carenza di mezzi di trasporto intercittadini e dalla forte diversità di agglomerati industriali a livello cittadino. A fronte di queste spiccate differenze, la scelta di localizzazione non deve essere casuale, ma deve essere svolta comprendendo quali conseguenze potrà portare rispetto al raggiungimento degli obiettivi strategici. Life Tool Technologies ha deciso di realizzare lo stabilimento in un luogo diverso rispetto a dove era situato l'ufficio di rappresentanza, ma sempre all'interno della stessa provincia, proprio perché ha considerato di notevole importanza gli aspetti:

- Commerciali: nell'area ci sono infatti molte aziende fornitrici di componenti e di tecnologia;
- di costo: per la presenza di personale «a basso costo»;
- di tipo logistico e di disponibilità di servizi: lo sfruttamento dei vantaggi derivanti dalla vicinanza con Shenzhen ed Hong Kong.

I casi studiati evidenziano quindi che fare business in Cina può essere un'opportunità. E' possibile avere successo sul mercato cinese ma occorre delineare e mettere a punto una linea strategica accurata e precisa. Anche le istituzioni italiane si stanno muovendo in questi anni per creare un sistema paese in grado di supportare le imprese italiane nel processo di internazionalizzazione verso la Cina in quanto non si può affrontare questo Paese in ordine sparso, ma serve un sistema Paese, serve soprattutto che le piccole e medie imprese imparino a fare sistema all'interno del sistema Paese.

localizzazione

sommario mondo api

■ Affari Generali

pag. 54 Duemila e nove, dodici mesi a fianco delle imprese

■ Formazione

pag. 68 Quando tornare sui banchi aiuta il business

■ Sindacale

pag. 60 Con il bonus costa meno assumere

■ Distretti

pag. 62 Confapi Monza e Brianza diventa più grande

■ Estero

pag. 64 I finanziamenti regionali 2010 per l'internazionalizzazione

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 Confapi Milano, 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.



53



Duemila e nove, dodici mesi a fianco delle imprese

In una carrellata sintetica ripercorriamo le principali attività di servizio erogate alle aziende associate durante lo scorso anno, soprattutto sul fronte delle azioni anti-crisi

Il 2009 è stato un anno complesso, nel corso del quale abbiamo intercettato le esigenze di un numero sempre crescente d'impresse, sia per la concreta capacità di rappresentarne gli interessi sia per la capacità dei Servizi di individuare e proporre alle imprese le soluzioni operative adeguate, a cominciare dal Servizio Anti-crisi, task-force costituita all'inizio di gennaio per aiutare le pmi associate ad affrontare questa particolare contingenza.

Anche molte pmi non associate hanno colto i valori e le capacità di Confapi Milano: nel 2009 il numero di nuove adesioni è raddoppiato rispetto all'anno precedente.

Servizio relazioni industriali

A fine anno il bilancio della crisi si è condensato in pochi dati molto significativi: abbiamo assistito le imprese associate nelle richieste degli ammortizzatori sociali per un totale di 5,5 milioni ore di Cigo (307mila nel 2007), cui vanno aggiunte più di 800mila ore di Cig in deroga e 1 milione e 800mila ore di Cigs. La nostra azione di rappresentanza degli interessi delle PMI su questi temi si è concretizzata nella sottoscrizione di quattro importanti accordi. In maggio è stato firmato l'accordo regionale per l'istituzione degli ammortizzatori in deroga a valere per gli anni 2009-2010. Accordo che ha consentito alle imprese non in possesso di alcun ammortizzatore sociale di poter affrontare la crisi. In giugno abbiamo sottoscritto l'accordo sulle politiche attive del lavoro, grazie al quale per la prima volta si è dato il via al principio concreto di affiancamento alle politiche difensive (cassa integrazione) con politiche attive di formazione. Nella sostanza il lavoratore posto in cassa integrazione in deroga è obbligato a seguire percorsi di riqualificazione e di aggiornamento pena il non riconoscimento del sostegno al reddito da parte dell'Inps. È stato infine sottoscritto un accordo con Abi per il sostegno ai lavoratori nei confronti di quelle aziende che, vista la situazione di crisi, non sono state e non sono in grado di anticipare le indennità di cassa integrazione, che vengono così anticipate dalle banche, ed un accordo con le Cciao di Milano e di Monza e Brianza per abbattere i relativi costi. Questi accordi sono stati il frutto di una intensa attività di confronto con gli altri attori sociali e ad essi è seguita una capillare attività di informazione sul territorio.

Servizio formazione

Con migliaia di ore di formazione erogate nel corso del 2009 e finanziate dal fondo FAPI, abbiamo sostenuto la crescita imprenditoriale e professionale delle aziende associate. Le tematiche più trattate riguardano le aree relative alla gestione aziendale, all'internazionalizzazione linguistica e all'informatica. Rispetto al passato hanno avuto considerevole successo le attività formative calibrate ad hoc sulle specifiche esigenze e richieste della singola realtà aziendali, o da gruppi di aziende affini per settore. Circa la metà dei corsi si è tenuta direttamente presso la sede dell'azienda: fare formazione in azienda permette di conciliare queste esigenze con la necessità di ridurre i costi di spostamento del personale e con la volontà, sempre più diffusa, di realizzare percorsi formativi tarati e pensati su misura agli obiettivi imprenditoriali. Abbiamo contribuito



nuove
adesioni

alla realizzazione e dato attuazione ai nuovi strumenti varati dalla Regione Lombardia, in particolare il nuovo sistema a dote, che implica una maggiore centralità dell'individuo (fruitore della formazione) rispetto a quanto avveniva nel passato. Grande successo ha avuto l'introduzione di un nuovo servizio, ossia la Dote Ammortizzatori Sociali, che ha permesso a Confapi Milano di sostenere e qualificare i lavoratori maggiormente colpiti dalla crisi e privi di tutele, attraverso un insieme di interventi che uniscono i tradizionali ammortizzatori sociali con le politiche attive per il lavoro. Sono state inoltre svolte attività sul fronte dei servizi al lavoro (colloqui di accoglienza, definizione del piano personalizzato di intervento, bilancio delle competenze) per favorire l'inserimento nelle imprese associate.



Servizio finanza e finanza agevolata

Attraverso l'attività di Confapi Lombarda Fidi abbiamo assistito diverse centinaia di imprese garantendo affidamenti per oltre 40milioni di euro sia su impieghi puramente commerciali (cassa, anticipo fatture, estero, sbf eccetera) sia su finanziamenti a medio termine legati a liquidità aziendale, piani di investimento, consolidamento del passivo di breve termine, patrimonializzazione. Per quanto riguarda la finanza agevolata, abbiamo assistito oltre un migliaio di aziende che hanno richiesto servizi di diversa natura: monitoraggio normativo; analisi delle opportunità; attività consulenziale, assistenza alla predisposizione delle domande di finanziamento e contributo (con una percentuale di buon esito dei progetti di finanziamento presentati che raggiunge il 90%); attività di supporto finalizzata alla fornitura di servizi legati alla gestione finanziaria dell'impresa. E' stata sviluppata una proficua collaborazione con le altre associazioni territoriali della Lombardia aderenti a Confapi, nei confronti degli enti lombardi attivi sui temi delle agevolazioni alle imprese (Regione Lombardia in primis ma anche Finlombarda, Unioncamere, Formaper e le Direzioni Generali Industria e Artigianato, nonché le varie Cciao del territorio). Tale attività ha consentito un consolidamento delle relazioni con detti organismi, con ricadute positive sia in termini di immagine che operative.

Ambiente sicurezza qualità

L'attività svolta nel corso del 2009 ha consentito, malgrado il forte periodo di crisi che le imprese stanno vivendo, di mantenere alto il livello di attenzione delle aziende associate nei confronti della tutela della salute e della sicurezza nei luoghi di lavoro. Particolarmente elevato è stato l'interesse mostrato nei percorsi formativi. La consapevolezza dell'importanza della formazione come strumento primario di prevenzione è ormai patrimonio delle imprese associate. L'attività formativa si è svolta attraverso l'erogazione di molteplici corsi, che hanno consentito di affrontare le tematiche sulla «sicurezza» a differenti livelli, in funzione del ruolo ricoperto all'interno dell'impresa. Par-

liamo infatti di corsi finalizzati all'implementazione di un modello aziendale di organizzazione e controllo, così come di corsi per la guida in sicurezza di carrelli elevatori. La notevole preparazione tecnica dei docenti e la loro conoscenza della pmi, la gestione dell'aula improntata al coinvolgimento attivo dei partecipanti, unite ad un'estesa distribuzione geografica delle sedi in cui i corsi hanno avuto luogo, hanno prodotto un elevato indice di gradimento dei percorsi formativi. L'attività programmata per il 2010 vedrà l'inserimento di ulteriori corsi di formazione, in funzione sia delle modifiche normative, sia delle specifiche esigenze delle imprese e dei differenti settori coinvolti.



molte Pmi non associate hanno colto i valori e le capacità di Confapi Milano: nel 2009 il numero di nuove adesioni è raddoppiato rispetto all'anno precedente

diverse centinaia di imprese sono state assistite sulle problematiche inerenti la gestione del contratto d'appalto pubblico nei diversi settori: opere pubbliche, impiantistica, forniture e servizi, gare e sanità



Duemila e nove, dodici mesi a fianco delle imprese

Esterio

Di particolare rilevanza le attività svolte sul fronte dell'internazionalizzazione, che hanno interessato oltre 600 imprese. In particolare, nel mese di novembre Confapi Milano con Spedapi e Confapi Trasporti ha organizzato (in qualità di partner e in collaborazione con Promos, Aice ed Alsea) una missione imprenditoriale ad Hong Kong per le aziende operanti nei settori della logistica e dei trasporti, che si sono avvalse dei voucher finanziati dalla Regione Lombardia per l'internazionalizzazione. Nell'ambito dei progetti Micro Macro 2009, finanziati da Regione Lombardia di cui Confapi Milano è partner, alcune aziende associate hanno potuto partecipare all'esposizione mondiale Medica di Dusseldorf. Accanto all'attività seminariale e all'accoglienza delle delegazioni istituzionali e imprenditoriali estere in vista a Milano, abbiamo siglato un accordo (operativo da ottobre) con la società QSA, struttura che opera sotto il patrocinio del Gosstandart (Ministero per la normazione, certificazione ed accreditamento russo) che rilascia i principali certificati/ attestazioni richieste per l'introduzione e/o la commercializzare di un prodotto o di un impianto (GOST R, Conclusioni Igiene Sanitarie, Lettere di esenzione, RTN, Gosstroy, eccetera) in Russia e nei paesi CSI. A settembre è stata stipulata la convenzione con la società di assicurazione dei crediti commerciali Euler Hermes Siac. Sul fronte dei finanziamenti regionali, operiamo con Regione Lombardia per l'erogazione di Voucher Multiservizi, Voucher missioni, Fondo Rotazione internazionalizzazione, Fondo Voucher per l'accompagnamento nei paesi extra europei, Voucher per Fiere Internazionali in Lombardia.



56



Servizio fiscale

Accanto all'attività di assistenza fiscale, nonché alle attività di tenuta della contabilità e di supervisione contabile e fiscale, abbiamo organizzato un'intensa programmazione seminariale che ha coinvolto diverse centinaia di imprenditori su tutti i territori di riferimento (Milano, Monza e Brianza, Lodi e Pavia). I seminari hanno affrontato le particolari problematiche determinate dall'emanazione delle nuove disposizioni legislative. Di particolare utilità le note informative sulle novità fiscali pubblicate nel corso dell'anno sul sito associativo, a cui si aggiungono gli scadenziari pubblicati con cadenza mensile. AOltre all'attività di assistenza alle imprese, abbiamo svolto l'attività come CAF dipendenti, che prevede l'assistenza nella compilazione e trasmissione dei modelli 730, Red, Detrazioni e Isee.

Servizio legale

Abbiamo analizzato preliminarmente problematiche legali specifiche e aggiornato costantemente le imprese associate sulla legislazione e sulla giurisprudenza in materia di pmi. Inoltre, attraverso il supporto di studi legali specializzati è stata garantita consulenza in diritto commerciale italiano ed estero, diritto fallimentare, diritto del lavoro, diritto penale, diritto dell'informatica, del commercio elettronico e della privacy, diritto amministrativo, contratti di locazione e recupero crediti, appalti privati. Un ottimo risultato è stato ottenuto dalla Convenzione sul recupero crediti nazionali e internazionali, uno strumento di particolare utilità, che ha dotato la gran parte delle imprese associate di un valido sostegno al problema delle insolvenze contrattuali. Assai intenso il programma di incontri e seminari, sulle tematiche più diverse: Il nuovo decreto ingiuntivo europeo, Recupero crediti e procedure concorsuali, Disciplina delle garanzie nei contratti commerciali, Privacy e recenti novità in materia di trattamento dati, Corso di aggiornamento privacy.



con migliaia di ore di formazione erogate nel corso del 2009 e finanziate dal fondo Fapi, abbiamo sostenuto la crescita imprenditoriale e professionale delle aziende associate, aiutandole ad affrontare tematiche come la gestione aziendale, l'internazionalizzazione linguistica e l'informatica

Servizio energia

Nel corso del 2009 l'esperienza e le competenze sviluppate in quasi dieci anni dalle diverse forme di aggregazione per l'acquisto di elettricità e gas, sono confluite nella nuova realtà del sistema Confapi Milano dedicata a tutte le tematiche inerenti l'energia: è nata PMI Energy S.r.l. a socio unico. Ogni volta che un'Impresa non appartenente ai Gruppi d'Acquisto di PMI Energy ha chiesto un confronto rispetto alla sua attuale condizione di mercato, ha colto la possibilità di ridurre significativamente la propria spesa. Di norma, per la parte elettrica, si è trattato di valori percentuali mediamente tra il 15% e il 25%, con qualche eccezione oltre tali valori estremi (risparmi sulla componente energia, pari a circa 2/3 del totale fattura). Anche per il gas si è trattato di valori tipici tra il 15% e il 20% sul prezzo di vendita (esclusa distribuzione). È stato sviluppato, in collaborazione con le Cciao di Milano e di Monza e Brianza, il progetto finanziato «Zero Emission Pmi», finalizzato a condurre alcune decine d'impresе a ridurre le proprie emissioni di CO2 anche attraverso azioni di efficienza e risparmio energetico:

Servizio appalti

Diverse centinaia di imprese sono state assistite sulle problematiche inerenti la gestione del contratto d'appalto pubblico nei diversi settori: opere pubbliche, impiantistica, forniture e servizi, gare e sanità. Abbiamo affiancato le imprese associate dalla fase preliminare di ricerca dei bandi di gara (utilizzo gratuito del Ted per le gare sopra una certa soglia), alla preparazione della documentazione di gara e in tutte le fasi successive all'aggiudicazione dell'appalto. Avvalendosi della consulenza di avvocati ed esperti, è stato possibile assistere le imprese nella preparazione delle domande di partecipazione alle gare d'appalto, rispondere ai quesiti su singole gare, offrire consulenza su bandi, disciplinari, capitolati di gara e normative specifiche, assistere nella documentazione necessaria per la qualificazione Soa, informare tempestivamente gli associati sulle novità del mondo appalti.

Servizio studi e comunicazione

L'attività ha avuto un duplice obiettivo: da un lato monitorare e analizzare lo stato di crisi economica e occupazionale del comparto della piccola e media impresa dei territori di riferimento, attraverso indagini congiunturali e settoriali, ricerche, sondaggi e sopralluoghi presso le imprese associate; dall'altro, denunciare sugli organi di stampa e portare in evidenza presso le istituzioni e l'opinione pubblica lo stato di difficoltà in cui hanno versato nel 2009 le pmi e i loro lavoratori. Tra i nuovi strumenti attivati sul fronte della comunicazione figura il Notiziario On Line, newsletter mensile distribuita per via digitale a tutti gli imprenditori associati, con informazioni e notizie aggiornate sulla vita politica dell'associazione, sulle azioni istituzionali e sui servizi associativi a sostegno delle imprese. Sull'Apimilano Magazine, periodico trimestrale dell'associazione, prosegue l'attività giornalistica volta a valorizzare le eccellenze produttive delle imprese associate, con interviste, monografie, articoli redazionali e un'apposita sezione dedicata (Pmi Network).

formazione

tali imprese potranno contemporaneamente ridurre i propri costi energetici e il proprio impatto sull'ambiente. Il progetto terminerà nei primi mesi del 2010. Molte imprese tra quelle non aderenti agli aggregati di PMI Energy sono state supportate nella difficile verifica della correttezza delle fatturazioni dei fornitori, in alcuni casi assistendole nei difficili contenziosi per errori e conguagli non sempre coerenti. È stato chiesto a Confapi Milano di portare la propria esperienza nell'ambito del tavolo istituito dalla Cciao di Milano per definire prezzi di riferimento per le pmi, contesto a cui partecipano i principali operatori del mercato elettrico, sia lato offerta sia lato richiesta.

INFO & DOC
Servizio Comunicazione
Tel. 02.67140267
stamp@confapimilano.it

mondo api



Quando tornare sui banchi aiuta il business

Tutte le possibilità gratuite offerte dal servizio Formazione per il primo semestre 2010

Il lavoro portato avanti dal **servizio Formazione** di Confapi Milano è stato nel corso del 2009 particolarmente focalizzato a supportare le aziende e i lavoratori offrendo loro la possibilità di acquisire competenze e strumenti di adeguamento delle professionalità al mercato del lavoro, in un momento fortemente critico dal punto di vista economico e conseguentemente dell'occupazione. Contrariamente al preconcepito diffuso che la formazione non sia tra le scelte prioritarie degli imprenditori, l'anno passato è stato per molti versi un'inversione di tendenza. Conseguenza della crisi, del calo del fatturato e degli ordini, dell'aver più tempo a disposizione da investire? Forse la somma di tutti questi fattori ha portato imprese e imprenditori ad investire nelle proprie risorse umane, utilizzando i finanziamenti a disposizione per aggiornare in modo diffuso le competenze interne e in alcuni casi riorganizzare i processi produttivi.

In aggiunta a questo, si è inserita la riforma della cassa integrazione guadagni in deroga, prevista dall'accordo quadro siglato tra Regione Lombardia e parti sociali il 4 maggio 2009: un sostegno attivo per operai, impiegati e quadri, compresi apprendisti, somministrati/interinali e lavoratori a domicilio, sospesi dal lavoro che non avevano accesso alla cassa integrazione guadagni ordinaria e straordinaria.

Per tutti questi lavoratori l'accordo prevede che gli stessi si rendano disponibili ad effettuare dei colloqui orientativi e di bilancio delle competenze e scegliere dei percorsi formativi, coerenti con la durata della cassa Integrazione.

Tale riforma ha fatto sì che Confapi Milano, servizi Sindacale e Formazione in particolare, sia diventata per molte aziende e per molti lavoratori, punto di riferimento per l'espletamento dell'obbligo formativo previsto dalla normativa.

Per il 2010 l'attività del servizio Formazione proseguirà seguendo questa duplice linea d'azione: supporto alle aziende e agli imprenditori da una parte e supporto ai lavoratori in cassa integrazione dall'altra.

Di seguito vi presentiamo tutte le possibilità, per l'anno in corso, per usufruire dei finanziamenti per la Formazione del Personale.

Progetti finanziati interaziendali con la L. 236/93

A maggio 2010 ripartiranno i corsi Interaziendali presso la sede di Confapi Milano, grazie ai finanziamenti della L. 236/93.

La programmazione prevede percorsi relativi a differenti aree tematiche.

- Area Informatica
- Area Finanza e Amministrazione
- Area Gestione Aziendale e Marketing
- Area Vendita e acquisti
- Area Linguistica

Seguiranno comunicazioni ad hoc e pubblicazioni sul sito dei calendari dei corsi in fase di pianificazione.

Per maggiori informazioni:

Tel. 02 67140-289

Percorsi formativi dote ammortizzatori sociali

Da luglio 2009 ad oggi abbiamo supportato più di 200 lavoratori in cassa integrazione in deroga appartenenti ad imprese associate, erogando e pianificando circa 50 percorsi formativi e offrendo servizi di accoglienza e bilancio di competenze finalizzati alla riqualificazione e al riposizionamento dei lavoratori stessi.

La pianificazione dei percorsi fino a giugno 2010 prevede le seguenti proposte:

- La gestione dello stress
- Come gestire il cambiamento
- La comunicazione efficace
- Orientamento al lavoro: nuovi strumenti per il reinserimento professionale
- Corso di contabilità
- La programmazione della produzione
- Strumenti di vendita e marketing
- Office
- Autocad
- La logistica nelle PMI
- Inglese base e avanzato
- La valutazione delle proprie competenze professionali

Per maggiori informazioni:

Tel. 02 67140-238-218





Percorsi finanziati per apprendisti e tutor

Le aziende che assumono lavoratori in contratto di apprendistato devono obbligatoriamente provvedere alla Formazione degli stessi attraverso percorsi interni ed esterni (120 ore medie annue per apprendista). Al contempo il tutor designato dall'azienda deve frequentare un corso di 12 ore inerente la normativa di apprendistato e l'accoglienza in azienda dell'apprendista (formazione, documentazione da tenere agli atti, ecc).

Confapi Milano offre la possibilità di frequentare gratuitamente i seguenti corsi:

- **Modulo trasversale prima annualità** (40 ore) per apprendisti neo assunti o che non hanno ancora ottemperato l'obbligo formativo previsto
- **Modulo trasversale seconda annualità** (40 ore) per apprendisti che hanno già frequentato le prime 40 ore e devono proseguire il percorso relativo al secondo anno di formazione
- **Tutor aziendali** che hanno in carico da uno fino a cinque Apprendisti.

Per maggiori informazioni:

Tel. 02 67140-201

Percorsi finanziati con il fondo Fapi

Le aziende che hanno versato il contributo integrativo dello 0,30% sul monte ore salari ai sensi dell'art. 25 della L. 845/1978 destinandolo al Fondo FAPI, hanno la possibilità di organizzare corsi di formazione gratuiti per i propri dipendenti.

Le attività di formazione sono rivolte a quadri, impiegati e operai dipendenti delle aziende. Destinatari dei corsi sono tutti i lavoratori occupati in azienda per i quali esista l'obbligo del versamento del contributo integrativo di cui sopra.

Confapi Milano ha ricevuto l'approvazione con l'avviso 2-2009 di 6 piani per un numero complessivo di circa 80 progetti e una trentina di aziende coinvolte.

Il servizio Formazione è a disposizione a tal proposito per incontrare le aziende associate che abbiano l'esigenza di pianificare corsi aziendali e di valutarne la fattibilità.

Per maggiori informazioni:

Tel. 02 67140-201

percorsi formativi

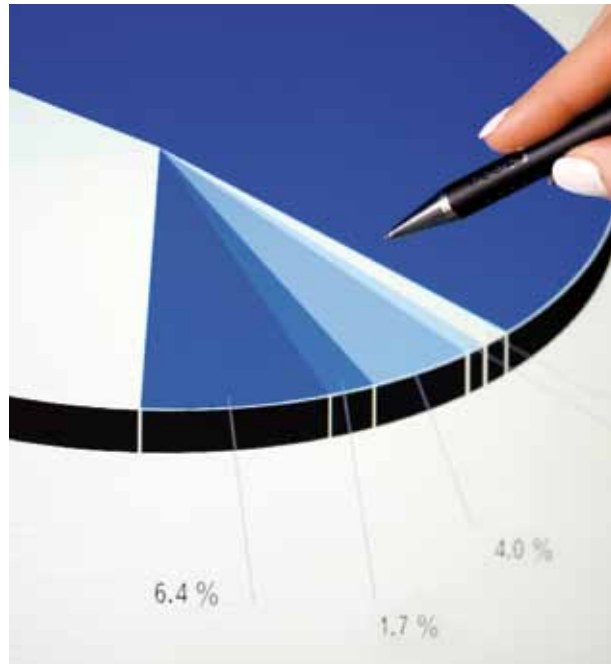
INFO & DOC

formazione@confapimilano.it

mondo api

Con il bonus costa meno assumere

Con un provvedimento dello scorso gennaio è diventato operativo il bonus per le assunzioni di lavoratori destinatari di ammortizzatori sociali in deroga



Con circolare n. 5 del 13 gennaio 2010 l'Inps ha comunicato le direttive per usufruire dell'agevolazione contributiva in caso di assunzione di lavoratori destinatari dei trattamenti di ammortizzatori sociali in deroga, cioè i trattamenti di cassa integrazione in deroga, l'indennità di mobilità in deroga e i trattamenti di disoccupazione speciale edile in deroga previsti, da ultimo, dall'art. 2, comma 36, della legge n. 203/2008. L'incentivo spetta ai datori di lavoro che assumano - a tempo pieno o parziale, determinato o indeterminato - lavoratori destinatari per gli anni 2009 e 2010 di ammortizzatori sociali in deroga, in particolare per le assunzioni avvenute dopo il 12 aprile 2009. L'incentivo invece non spetta nei seguenti casi:

- se l'assunzione è effettuata in ottemperanza di un preesistente obbligo legale o contrattuale;
- se tra il datore di lavoro che assume e l'impresa da cui proviene il lavoratore vi sia sostanziale coincidenza degli assetti proprietari ovvero intercorrano rapporti di collegamento o controllo; in tali casi il beneficio spetta comunque se l'assunzione avvenga dopo sei mesi dal licenziamento;
- se il datore di lavoro che assume:
 - abbia in atto sospensioni dal lavoro per crisi aziendale, ristrutturazione, riorganizzazione o riconversione aziendale per la quale è stato richiesto, ovvero ottenuto, il trattamento straordinario di integrazione salariale, ai sensi dell'art. 1 della l. n. 223/91;
 - abbia in atto sospensioni per crisi aziendali ai sensi dell'art. 19, co. 1, del D.L. 185/2008, conv in L. 2/2009;
 - abbia effettuato riduzione di personale nei sei mesi precedenti l'assunzione.

In tutti questi casi l'incentivo, comunque, spetta se l'assunzione avvenga al fine di acquisire professionalità sostanzialmente diverse da quelle dei lavoratori interessati alle predette riduzioni o sospensioni di personale. L'incentivo non spetta inoltre se il lavoratore è interessato da una mera riduzione di orario. L'assunzione può essere sia a tempo determinato che indeterminato, sia a tempo pieno che parziale. L'agevolazione spetta anche nel caso in cui il lavoratore viene assunto per un periodo inferiore alla durata residua dell'ammortizzatore sociale; al termine del rapporto di lavoro, se sussistono le altre condizioni previste dalla normativa vigente, il lavoratore potrà riprendere a godere dell'ammortizzatore sociale per il periodo rimanente.

Un incentivo cumulabile con altre riduzioni

L'incentivo è compatibile con qualunque tipo di contratto di lavoro subordinato (ad esempio, con un contratto di apprendistato o di inserimento) ed è cumulabile con le riduzioni contributive eventualmente connesse ad un particolare tipo di contratto.

Quando ricorrono le condizioni sopra descritte, spetta al datore di lavoro che assume, per ogni mensilità di retribuzione corrisposta al lavoratore, un incentivo mensile pari al trattamento mensile di sostegno al reddito che sarebbe stato erogato al lavoratore, al netto della riduzione del 5,84% e con esclusione di quanto riconosciuto a titolo di contribuzione figurativa. L'incentivo spetta nel limite di spesa autorizzato ed è erogato attraverso il conguaglio con le somme dovute dai datori di lavoro a titolo di contributi previdenziali e assistenziali. L'agevolazione è inoltre cumulabile con le riduzioni contributive eventualmente spettanti in forza della normativa vigente. Un altro aspetto è quello che concerne la comunicazione di assunzione al Centro per l'impiego competente, avvalendosi del modello Unificato Lav. Il datore di lavoro avrà cura di compilare esattamente tutte le parti del modello. In particolare l'Inps evidenzia quanto segue:

- il campo "Ente previdenziale" sarà compilato con la dicitura "INPS";
- il campo "Codice Ente Previdenziale" sarà compilato con la matricola aziendale, che contraddistingue la posizione contributiva presso cui il datore di lavoro è obbligato a denunciare gli obblighi contributivi mediante il modello DM10. Se - al momento della comunicazione - la matricola non è stata ancora attribuita dall'Istituto o non sia stata comunque indicata nel modello Unilav-, il datore di lavoro avrà cura di provvedere ad un successivo secondo invio, avvalendosi della procedura di rettifica, per integrare la precedente comunicazione con la matricola originariamente mancante;
- il campo "Codice agevolazioni" non sarà compilato.

Si fa presente che attualmente, il modello Unificato Lav non è predisposto per contenere le dichiarazioni di responsabilità, previste dalla legge per il riconoscimento dell'incentivo. Pertanto, il datore di lavoro dovrà inoltrare all'Inps una dichiarazione di responsabilità contenente:



Comunicazioni per via telematica

La dichiarazione di responsabilità dovrà essere inoltrata esclusivamente in modalità telematica, avvalendosi del servizio disponibile presso il sito internet dell'istituto www.inps.it, secondo le indicazioni contenute nel messaggio Inps 1715 del 18-01-2009 di cui si allega la guida operativa. L'invio dovrà essere effettuato entro il mese successivo a quello di decorrenza dell'assunzione; per le assunzioni già effettuate alla data di pubblicazione della presente circolare, la dichiarazione di responsabilità potrà essere inoltrata entro il mese successivo alla data di pubblicazione. Ricevuta la dichiarazione, la Sede Inps competente a gestire la posizione contributiva dell'azienda:

- verificherà la sussistenza delle condizioni attestate dal datore di lavoro per la fruizione del beneficio, attingendo alle informazioni disponibili;
- verificherà che il lavoratore sia titolare di un ammortizzatore sociale in deroga, utilizzando l'apposita procedura che verrà rilasciata prossimamente;
- sempre utilizzando l'apposita procedura di cui sopra, individuerà l'importo massimo dell'incentivo spettante per mese, la durata, l'eventuale Regione su cui dovesse gravare parzialmente l'onere finanziario, il decreto di concessione dell'ammortizzatore sociale;
- comunicherà al datore di lavoro che è stato ammesso / non ammesso alla fruizione dell'incentivo; la comunicazione di non ammissione ne indicherà i corrispondenti motivi; la comunicazione di ammissione sarà redatta secondo il fac-simile, che verrà prossimamente pubblicato, insieme alle istruzioni di composizione del flusso Uniemens.

Le posizioni contributive relative ai datori di lavoro aventi titolo all'incentivo di cui all'art. 7 ter, co. 7 del decreto legge n. 5 del 10 febbraio 2009, dovranno essere contraddistinte dal codice di autorizzazione "3Q" che assume il significato di «azienda ammessa al beneficio di cui all'art. 7 ter, co. 7 del decreto legge 5/2009»; il codice autorizzazione dovrà essere mantenuto per tutto il periodo di spettanza del beneficio. Qualora al momento dell'ammissione al beneficio ne sia già decorso il periodo di spettanza, al fine di consentirne comunque all'azienda la fruizione il predetto codice di autorizzazione sarà attribuito per il periodo di tempo strettamente necessario all'azienda per operare il conguaglio. Si evidenzia fin d'ora che il possesso dei requisiti di regolarità contributiva sarà accertato dalla procedura di controllo delle denunce retributive e contributive con le modalità previste per la fruizione della generalità dei benefici contributivi (cosiddetto Durc virtuale).

agevolazione contributiva

- il codice fiscale del lavoratore assunto per beneficiare dell'incentivo di cui all'art. 7 ter, comma 7 del d.l. 5/2009;
- il codice comunicazione che identifica in modo univoco l'unificato lav di assunzione;
- l'attestazione che:
 - l'assunzione non deriva da un obbligo preesistente;
 - tra l'impresa che assume e quella di provenienza del lavoratore, non vi è sostanziale coincidenza degli assetti proprietari né intercorrono rapporti di collegamento o controllo;
 - l'azienda non ha in atto sospensioni dal lavoro per crisi aziendale, ristrutturazione, riorganizzazione, riconversione aziendale per la quale sono stati richiesti - ovvero ottenuti - il trattamento straordinario di integrazione salariale o le prestazioni previste dall'art. 19, co. 1, del D.L. 185/2008, conv. in L. 2/2009; ovvero sia ha in atto le suddette sospensioni per personale avente qualifiche diverse da quelle dei lavoratori per cui si richiede l'incentivo;
 - l'azienda nei sei mesi precedenti l'assunzione non ha effettuato riduzione di personale ovvero sia nei sei mesi precedenti l'assunzione ha licenziato - per riduzione di personale - lavoratori aventi qualifiche diverse da quelle dei lavoratori per cui si richiede l'incentivo.

L'invio della dichiarazione di responsabilità vale anche come richiesta di attribuzione del codice autorizzazione che dovrà essere utilizzato per la concreta fruizione dell'incentivo.



INFO & DOC

Servizio Relazioni Industriali
Tel. 02.67140304-305
sindacale@confapimilano.it

mondo api



Confapi Monza e Brianza diventa più grande

Approvato il distacco dei comuni di Busnago, Caponago, Cornate d'Adda, Lentate sul Seveso e Roncello dalla Provincia di Milano e loro aggregazione alla Provincia di Monza e della Brianza

La Provincia di Monza e Brianza si allarga e cresce di cinque nuovi comuni. Con legge 9 dicembre 2009 n. 183 la Camera dei Deputati e il Senato della Repubblica hanno, infatti, approvato il distacco dei comuni di Busnago, Caponago, Cornate d'Adda, Lentate sul Seveso e Roncello dalla Provincia di Milano e loro aggregazione alla Provincia di Monza e della Brianza. Si aprono dunque le porte ai cinque comuni esclusi in prima battuta. Secondo la senatrice del Pd **Emanuela Baio Dossi**, di Bernareggio, seconda firmataria del documento, «si ristabiliscono così confini più armoniosi e viene confermata la vocazione imprenditoriale della zona». E aggiunge: l'esclusione di Lentate era stata «un'assurdità», mentre «Cornate e il resto del Vimercatese si portano in dote decine di aziende, fra cui marchi importanti delle telecomunicazioni e dell'innovazione made in Italy». L'inclusione dei cinque nuovi comuni, porta così il numero di abitanti oltre il tetto di 800mila: da 783mila agli attuali 823.771.

Abbiamo chiesto ad alcuni imprenditori che vivono nei «nuovi» comuni brianzoli di spiegarci le loro aspettative nei confronti di questo storico passaggio e le difficoltà che vivono sul territorio.



MECCANICA SCOTTI SRL

La **Meccanica Scotti srl** di Cornate d'Adda nasce dall'intraprendenza di due giovani cognati - Scotti Mario e Aldo -, nel dicembre del 1956, quando decidono di provare la via del lavoro "in proprio" per conto terzi, nel settore lavorazioni meccaniche di tornitura. Poco dopo i due soci hanno un'intuizione che li porterà nel campo della costruzione di attrezzature per macchine utensili. Infatti dall'esigenza di avere una contropunta che il mercato non offriva, l'idea di costruirselo, i due danno vita alla leggendaria contropunta serie "AM" conosciuta da tutti gli addetti al lavoro, per l'inconfondibile dote di ruotare sia sulla cuspide che sulla calotta, di essere molto ben protetta dai liquidi refrigeranti per la particolare forma geometrica ed costruttiva e per essere molto precisa ed affidabile nel tempo. Da questa felice intuizione l'azienda si evolve sia come conto-terzista sia come costruttore di attrezzature; nascono le prime collaborazioni con gli agenti che diffondono il marchio ed il prodotto Scotti da prima in Lombardia e poi per il resto dell'Italia. Il primo passo che porta la Meccanica Scotti, ad essere un "grande" pmi che opera nel settore delle attrezzature per macchine utensili da più di 30 anni, progetta, costruisce e commercializza, tecnologie d'avanguardia e di supporto per un'avanzata tecnica di produzione, nel campo della tornitura, della fresatura e della rettificazione. Abbiamo intervistato **Davide Scotti**, amministratore delegato della Meccanica Scotti Srl, per sentire la sua opinione sull'ingresso di Cornate d'Adda nella provincia brianzola

Come imprenditore cosa si aspetta dalla nuova provincia?

«Una delle cose più difficili cioè la semplificazione e la velocizzazione della burocrazia, in tutti i suoi campi come il pagamento delle tasse e la comunicazione con gli enti in modo da permettere all'imprenditore di concentrarsi molto di più sulle difficoltà reali di mercato, sulla ricerca di nuovi prodotti sbocchi merceologici, sulla programmazione finanziaria, sulla crescita professionale ed economica dei propri collaboratori e sullo sviluppo sostenibile dell'azienda, insomma far in modo che l'imprenditore si occupi di più dei problemi reali e meno della burocrazia inoperosa».





LOMBARDA FILTRI

Lombarda Filtri è un'azienda specializzata nella produzione di filtri per aria, da 25 anni presente sul mercato nazionale ed europeo con celle filtranti e filtri a tasche aventi classi di efficienza da G2 a F8 secondo la EN 779:2002. Alla Lombarda Filtri la qualità è intesa come soddisfazione delle esigenze del cliente e quindi come sforzo continuo di perfezionamento dei propri prodotti e servizi offerti a prezzi concorrenziali. Recentemente la gamma dei nostri prodotti si è arricchita di una nuova serie di filtri a tasche caratterizzati da un innovativo telaio in materiale plastico che offre, tra l'altro, il vantaggio di un facile **smaltimento dei filtri esausti**. Lo stesso vantaggio offerto dalle nostre celle pieghettate con **telaio in cartone**. La gamma di prodotti è completata da filtri a tasche e celle filtranti piane e ondulate con **telaio metallico**, normalmente pronte a magazzino nei formati standard. Formativi particolari possono essere forniti rapidamente grazie all'impiego di sistemi di costruzione automatizzati ed ad una efficace gestione certificata secondo la norma ISO 9001:2000.

«Per quanto riguarda la nuova provincia, non essendo molto pratico di questioni amministrative e/o burocratiche, non mi sento di spendere giudizi. – ha spiegato **Riccardo Romanò**, rappresentante legale dell'azienda di Lentate sul Seveso - Noto solo che, se da una parte, l'instaurazione di una nuova provincia rischia di appesantire ulteriormente l'apparato amministrativo dall'altra, rappresentando una situazione territoriale più omogenea rispetto a quella più estesa della Provincia di Milano, può portare alla soluzione di alcuni problemi soprattutto legati alle infrastrutture come la viabilità dalla Brianza verso Milano e il sistema autostradale.

Quali sono i problemi più difficili che affrontate sul territorio?

«Sul territorio non riscontriamo grossi problemi nè con la ricerca di personale, nè con le autorità comunali. Siamo però piuttosto imbarazzati dalla lentezza delle pratiche elaborate dall'Inps e dall'impossibilità di dialogo con tale istituzione. Al contrario riteniamo che le scelte per il territorio e la sua tutela siano ben amministrate e ci sia una politica sana e costruttiva con le aziende da parte del nostro attuale comune.

Com'è il rapporto con gli istituti di credito?

«Inutile rimarcare la completa indisponibilità da parte delle banche a collaborare con enti comunali e imprenditori. Sono barricati dietro a false scuse di oculatezza e di certo non aiutano o facilitano le aziende».

Che iniziative a favore delle imprese bisogna valorizzare?

«Penso che la positività arrivi soprattutto, dalle iniziative della Regione Lombardia in favore ed aiuto allo sviluppo delle imprese, e dalle associazioni come Confapi Milano, che incentivano la formazione imprenditoriale e dei propri collaboratori e aiutano i difficili processi di internazionalizzazione e aiutano nello svolgimento delle pratiche burocratiche che lo stato ci impone».

Monza e Brianza

INFO & DOC

Confapi Monza e Brianza
Tel. 0362 224018
brianza@confapimilano.it

mondo api



63

I finanziamenti regionali 2010 per l'internazionalizzazione

Voucher per la partecipazione a fiere estere 2010-2011

Il valore del voucher è fisso e determinato, a fronte di un ammontare minimo di spese sostenute, in base all'area geografica di svolgimento dell'evento.

• Partecipazione in forma individuale

La richiesta del voucher potrà essere presentata fino al giorno antecedente la data di inizio della fiera prescelta

• Partecipazione in forma collettiva

La partecipazione in forma collettiva è curata da un soggetto attuatore. La richiesta del voucher potrà essere presentata fino a 30 giorni antecedenti la data di inizio della fiera prescelta

Ogni impresa può ottenere massimo 4 voucher a valere sul presente bando per il periodo dal 15 febbraio 2010 al 14 marzo 2011.

Bando aggregazione 2010

Regione Lombardia prevede il finanziamento di progetti di internazionalizzazione che siano presentati da gruppi di imprese che coinvolgano almeno dieci PMI lombarde. È in tale contesto che si colloca l'opportunità di presentare un progetto a livello regionale da parte delle sedi territoriali e provinciali lombarde di Confapi.

L'iniziativa prevede la realizzazione di due interventi:

- progetto indirizzato al settore meccanico e rivolto al mercato della Germania
- progetto multisettoriale focalizzato sulla Russia.

Il progetto della **durata non superiore ai 12 mesi** si articolerebbe nelle seguenti fasi:

1. indagine conoscitiva propedeutica all'inserimento nel mercato tedesco e russo
2. organizzazione di una missione in loco
3. organizzazione di un evento in Lombardia con la partecipazione di operatori del mercato tedesco e russo
4. partecipazione a una fiera internazionale all'estero (in fase di valutazione)

Il contributo a **fondo perduto nella misura pari al 50% delle spese ammissibili** ed effettivamente sostenute (non potrà comunque superare i 200.000 euro a progetto) sarà erogato direttamente alle PMI partecipanti.

Voucher multiservizi

Il voucher potrà essere utilizzato dalle imprese per usufruire di uno o più servizi sotto elencati che dovranno essere acquistati presso i soggetti fornitori, tra cui Confapi Milano, nel periodo **dal 25 gennaio 2010 al 1 febbraio 2011**.

- Ricerca partner esteri
- Analisi di settore e ricerca di mercato finalizzata alla penetrazione nei mercati esteri
- Ricerca agenti e distributori
- Ricerca fornitori
- Assistenza tecnica alle imprese
- Formazione/Informazione



Voucher per fiere internazionali in Lombardia

Sarà possibile richiedere il finanziamento per le iniziative che si svolgeranno dal 1 giugno al 30 settembre 2010 a partire dal prossimo 3 maggio 2010.

Voucher missioni

Partecipazione ad incontri B2B all'estero sulla base di un'agenda personalizzata in base alle esigenze manifestate dall'azienda. La prenotazione dovrà essere effettuata almeno 10 giorni prima della data di svolgimento dell'iniziativa.

Fondo Voucher per accompagnamento nei paesi extra europei

Per analisi/ricerche di mercato, assistenza nell'individuazione di potenziali partner industriali, assistenza legale, contrattuale e fiscale, redazione di studi di fattibilità. Le domande saranno istruite con procedura automatica "a sportello".

Fondo di rotazione per l'internazionalizzazione - F.R.I.

Diversi gli interventi finanziabili quali ad esempio realizzazione di nuovi insediamenti produttivi permanenti all'estero detenuti in forma diretta o attraverso la costituzione di JV con imprese estere, realizzazione di nuovi centri di assistenza tecnica post-vendita all'estero, ecc.

INFO & DOC
Tel. 02.67140228-226
www.confapimilano.it
estero@confapimilano.it

AMS, servizi su misura per l'azienda che cresce

È una società a socio unico, interamente posseduta da CONFAPI Milano che ha come scopo sociale la fornitura di servizi "garantiti" rispetto ai contenuti e alle modalità d'erogazione e calmierati rispetto ai costi

Le necessità degli imprenditori

Le aziende manifatturiere e di servizi di piccola o media dimensione normalmente non posseggono al loro interno, a causa dei costi elevati, molte di quelle risorse che oggi sono indispensabili per l'impresa. La scelta obbligata diventa, allora, quella di procurarsi queste risorse in outsourcing, con il vantaggio immediato di costi variabili e proporzionali alle capacità economiche aziendali.

Le soluzioni di Apimilano Servizi

Apimilano Servizi, proponendosi come interlocutore unico e fiduciario su una vasta gamma di settori, consente di non incorrere nel rischio di una

scelta sbagliata e di evitare il moltiplicarsi degli interlocutori da gestire. Il soddisfacimento dei bisogni del cliente viene dalla capacità di offrire, attraverso una struttura che riunisce e coordina società e professionisti qualificati, servizi ad alto valore aggiunto, a condizioni economiche competitive, con una garanzia di controllo qualitativo efficace.



Un ventaglio di soluzioni con la finalità di passare dalla logica dell'adempimento a quella dell'efficienza e della convenienza.

AREA TECNICA

AMBIENTE E SICUREZZA

- Valutazione rischi, rumore e vibrazioni
- Analisi inquinanti ambiente di lavoro
- Prevenzione incendi
- Inquinamento atmosferico (autorizzazioni e analisi)
- Scarichi idrici (autorizzazioni e analisi)
- Impatto acustico
- Inizio attività
- Gestione rifiuti (analisi, smaltimento, MUD)

MEDICINA DEL LAVORO

INFORMATICA

- Sviluppo siti internet
- Posizionamento su motori di ricerca
- Web Marketing

QUALITÀ DI PRODOTTO

- Marcatura CE e vendita norme UNI

AREA RISORSE UMANE

GESTIONE DEL PERSONALE

- amministrazione del personale ed elaborazione paghe
- assistenza CAF

CORSI DI FORMAZIONE

- Addetti al pronto soccorso e antincendio
- Personale addetto alla guida di carrelli elevatori
- Corsi per RSPP (datori di lavoro, dipendenti e consulenti)

AREA ECONOMICO FINANZIARIA

SERVIZI FISCALI

- Invio telematico dichiarazioni
- Consulenze fiscali e Consulenze 730
- Pareristica fiscale, interpelli e contenzioso tributario
- Contabilità, revisione e certificazione bilanci
- Dichiarazioni Intrastat

FINANZA

- Consulenza finanza agevolata e straordinaria
- Due diligence e valutazione d'azienda

AREA ORGANIZZATIVA

QUALITÀ AZIENDALE E CERTIFICAZIONE

- Consulenza ISO 9000, ISO 14000 e OHSAS 18001
- Sistema HACCP

QUALIFICAZIONE APPALTI

- Consulenza accreditamento SOA

GESTIONE AZIENDALE

- Miglioramento processi organizzativi e produttivi
- Miglioramento logistica aziendale e gestione prodotto
- Assistenza D. lgs. 231/00 e D. Lgs.196/03

ESTERO

- Consulenza doganale
- Traduzioni e interpretariato
- Ispezioni lettere di credito, certificazioni Gost-R

SOLO NOI POSSIAMO DARVI QUESTI NUMERI



€ 75.000.000 finanziati - 50.000 aziende iscritte - 45.000 dipendenti formati

FAPI è il fondo davvero vicino alle imprese. Aderendo a FAPI puoi ricevere finanziamenti per la formazione dei tuoi lavoratori e far crescere la competitività della tua azienda.

Per informazioni chiama il numero 06 6977081 o visita il sito internet www.fondopmi.it - e-mail info@fondopmi.it

Aderire non costa nulla. Basta destinare una parte del contributo obbligatorio per la Disoccupazione Involontaria a FAPI, comunicandolo attraverso il DM10/2.



FAPI - Fondo Formazione Piccole Medie Imprese

Per aderire a FAPI, le imprese interessate devono indicare, in uno dei righe in bianco dei quadri "B-C" del mod. DM10/2, la dicitura "adesione fondo" e il codice "FAPI"; nell'apposita casella dovrà altresì essere indicato il numero degli interessati all'obbligo contributivo.