

Il magazine per la Piccola e Media Impresa



api **mi**lano magazine

PROTAGONISTI

Pisapia: «Un Comune del fare a fianco delle pmi»

FOCUS

Quando la ricerca scientifica si trasforma in applicazione industriale

IMPRESE DAL VIVO

L'eccellenza come risposta alla crisi



**«SINDACO, RIMETTI
AL CENTRO
IL LAVORO»**

APIMILANO MAGAZINE

Anno VI - Numero 2

Settembre 2011

Periodico trimestrale
a cura di Confapi Milano
Associazione delle piccole
e medie imprese di Milano,
Monza, Lodi, Pavia e
delle relative provincie.



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



LE NOSTRE FILIALI

ARCORE (MB) Via Casati, 68/70
Tel. 039.6180326 Fax 039.617652
welcome.arcore@e-work.it

LEGNANO (MI) Via Banfi, 7/B
Tel. 0331.442756 Fax 0331.455462
welcome.legnano@e-work.it

MAGENTA (MI) Via IV Giugno, 71/73
Tel. 02.97280019 Fax 02.97280020
welcome.magenta@e-work.it

MILANO Via Vittor Pisani, 26
Tel. 02.67100592 Fax 02.67100521
welcome.milano.pisani@e-work.it

MILANO Corso di Porta Vigentina, 36
Tel. 02.58431258 Fax 02.58431266
welcome.milano.vigentina@e-work.it

MILANO Viale Certosa, 149
Tel. 02.33497553 Fax 02.33490563
welcome.milano.certosa@e-work.it

SESTO SAN GIOVANNI (MI) Via F.lli Picardi, 54
Tel. 02.26227325 Fax 02.2422247
welcome.sestosg@e-work.it

**il FUTURO
non si prevede
... si fa**



Sommario

in Copertina



Scommettere sul futuro per vincere il presente. Questa la ricetta “segreta” messa in campo dalle piccole e medie imprese meneghine come antidoto alla crisi. Nessuna strana alchimia alla Nicolas Flamel, solo quello che negli anni ha sempre dato una marcia in più al sistema: tanto olio di gomito unito a una buona dose di coraggio. Una miscela per certi aspetti esplosiva che, se da un lato ha raggiunto un risultato importante dando una boccata di ossigeno al sistema imprenditoriale, ora rischia di non essere più sufficiente.

Oliate le cinghie, lubrificati i motori e riempiti i serbatoi, le macchine sono partite, ma oltre a una guida attenta e decisa, è indispensabile che la strada sia ben asfaltata e che le buche vengano sistemate al più presto, altrimenti addio ammortizzatori.

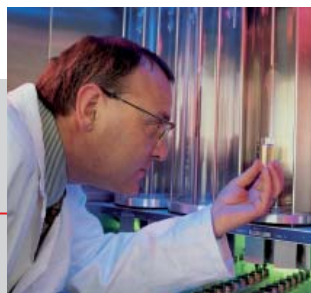
Questa, nei fatti, la richiesta che il sistema delle pmi avanza forte e chiara alla nuova giunta di Milano e al primo cittadino: le istituzioni devono supportare il sistema impresa, mettendo al centro delle loro politiche interventi e azioni di sostegno che possano permettere agli industriali di continuare la loro corsa. Una corsa non fine a se stessa, ma che vuole traghettare il Paese fuori dalla crisi e dalle difficoltà economiche.

Innovazione e reti le parole chiave di una strategia vincente caratterizzata dalla voglia di fare e dalla determinazione di chi, rimbocatosi le maniche ha deciso di affrontare le difficoltà di petto, rischiando – questo è certo -, ma consapevole che solo guardando al futuro è possibile vincere il presente.

Diversificare, cercare la perfezione in ogni minimo dettaglio e garantire risposte certe in tempi brevi, la marcia in più delle piccole e medie imprese. Quelle che oggi come ieri si assumono un ruolo fondamentale per lo sviluppo dell'intero sistema industriale e che chiedono al mondo della politica e della finanza di non essere lasciate sole.

19

Università e pmi progettano il futuro



Innovazione & ricerca, una “chimica” vincente

35



Pmi network

- 6 TRAFILERIA CERUTI spa - Una storia imprenditoriale che guarda al futuro
- 7 INTERNATIONAL CARATTI srl - Un tuffo nell'innovazione del made in Italy
- 7 LEGHE LEGGERE LAVORATE srl - Lavorazioni meccaniche ad alto contenuto tecnologico
- 8 MONGUZZI srl - L'azienda di famiglia con vocazione internazionale
- 8 SALUMI CINQUE STELLE srl - L'industria che porta in tavola i sapori di una volta
- 9 BARBIFLEX snc - Soluzioni innovative per il garden e l'edilizia
- 9 LOGWIN AIR AND OCEAN ITALIA srl - Specializzati nelle sfide logistiche di un mondo sempre più veloce

Protagonisti

- 10 Galassi: «Sessantacinque anni a fianco dell'impresa. Con importanti novità»
- 12 Pisapia: «Un Comune del fare al servizio delle piccole imprese»

Focus

- 19 Quando la ricerca scientifica si trasforma in applicazione industriale

UNIVERSITÀ DEGLI STUDI di MILANO BICOCCA

- *La missione (possibile): ricerca e contributo allo sviluppo del sistema produttivo*

POLITECNICO DI MILANO

- *Pmi&Università, sodalizio all'insegna dell'innovazione*

Imprese dal vivo

- 26 L'eccellenza come risposta alla crisi
- LA MEDIGLIA FRUTTA Srl:
- *L'impresa che coniuga qualità e comodità*
- SIRIO INFORMATICA E SISTEMI Spa:
- *Gira nel mondo il software «made in Milan»*

OMP MICRO PRECISION Srl:

- *Quando la differenza la fa la precisione*

VELCRO ITALIA Srl:

- *Agganciare la ripresa con le chiusure a strappo*

DGV Srl:

- *Come gestire 60mila diverse tipologie di lamiera*

ARTIGRAFICHE PAGANI Srl:

- *Il business è questione di etichetta*

DE VECCHI FRATELLI:

- *Formazione e nuovi macchinari sconfiggono la crisi*

35 Chimica, industria del progresso

INCOMETAL NUOVA Srl:

- *Se il metallo è nel cuore e negli affari*

INDUSTRIA VERNICI FERMO GALBIATI &C.:

- *Settant'anni sempre con lo stesso smalto*

CHEMETALL ITALIA Srl:

- *La ricerca va in profondità per trattare le superfici*

INDUSTRIA CHIMICA ICAP-SIRA Spa:

- *La primaria importanza della chimica secondaria*

EDERPLAST NASTRI Srl:

- *I nastri che agganciano la ripresa*

Lex & Codex

- 41 Reti di impresa, gli accordi tra pmi per ritrovare la competitività
- 44 Registro delle Opposizioni, stop alle telefonate indesiderate

Global Local

- 46 Brasile, nuova frontiera del business

Educational

- 48 Le nuove frontiere della comunicazione digitale

Mondo Api

- 52 AFFARI GENERALI
- 56 RELAZIONI INDUSTRIALI
- 58 ESTERO
- 60 FORMAZIONE
- 63 DISTRETTI



41

Una rete per "pescare" il business



Internet al servizio dell'azienda

48

Direttore responsabile:
Silvia Villani
s.villani@confapimilano.it

Redazione:
stampa@confapimilano.it
Tel 02.67140267
Fax 02.93650980

Ufficio Studi:
Alessandra Pilia
studi@confapimilano.it
Tel 02.671401
Fax 02.93650980

Collaboratori:
Miriam Berra
Alessia Casale
Alberto Conte
Aldo Messedaglia
Eugenio Marchello
Carmine Pallino
Manola Perucconi
Cristina Rollando
Gabriele Rossi
Raffaella Salvetti
Anna Suss
Luisa Tacchini

Photogallery:
Walter Capelli
Stefano De Grandis
Olycom Srl

Progetto grafico e realizzazione:
Industrie Grafiche RGM srl
Via Trebbia 21 - 20089 Rozzano (Mi)

Ufficio Diffusione:
Servizio Comunicazione Confapi Milano
Tel. 02.67140307
stampa@confapimilano.it

Confapi Milano – Associazione delle piccole e medie imprese di Milano, Monza, Lodi, Pavia 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:
Industrie Grafiche RGM srl
Via Trebbia 21 - 20089 Rozzano (Mi)



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: Confapi Milano. 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

- ▶ Altis – Università Cattolica del Sacro Cuore
- ▶ Apimilano Servizi
- ▶ E-Work
- ▶ Fapi
- ▶ Olycom
- ▶ PMI Energy

I partner di Confapimilano

e-work
agenzia per il lavoro

50
OLYCOM

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.

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, interpellanti 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

PMI NETWORK

TRAFILERIA CERUTI Spa



Una storia imprenditoriale che guarda al futuro

L'inaugurazione del nuovo e moderno impianto fotovoltaico è solo l'ultima innovazione di un'azienda prossima al traguardo dei 50 anni di vita

La **Trafileria Ceruti**, storica azienda di **Corbetta**, guarda al futuro e, puntando all'energia solare, compie un altro e importante passo verso la responsabilità sociale d'impresa e l'attenzione al territorio che la ospita. Alla presenza delle autorità (nella foto in basso) è stato inaugurato l'impianto fotovoltaico da 701,50 Kwp, realizzato in tempi record sopra il tetto dell'azienda di Cerello, frazione corbettese. Uno dei più grossi e innovativi impianti fotovoltaici di tutto l'Est Ticino. La Trafileria, prossima al compimento dei primi 50 anni di vita, produrrà energia pulita per autoconsumo coniugando così rispetto per l'ambiente e un risparmio economico per l'impresa. Sostanzialmente riuscirà a raggiungere un grado elevato di indipendenza energetica, anche se non potrà soddisfare l'intero fabbisogno. Ben presto sarà anche collocato



un display luminoso che aggiornerà, in tempo reale, i dati riguardanti l'energia prodotta e le minori emissioni di anidride carbonica nell'aria. Professionalità, costanza, ricerca della qualità, innovazione, ricerca, capacità di adeguarsi ai mutamenti vorticosi del mercato: sono questi gli ingredienti che hanno permesso alla Trafileria di crescere e consolidarsi dagli inizi degli anni Sessanta sino ad oggi, ossia da quando il cavalier **Attilio Ceruti**, avviò dal nulla, un'attività cresciuta nel tempo, sino a diventare una realtà leader, a livello nazionale e internazionale, nella produzione di tubi trafilati a freddo in acciaio e carbonio micro legato e legato. L'azienda è cresciuta fino a diventare un'importante partner internazionale di grandi marche del mercato auto motive (le cui principali applicazioni sono trasmissioni, sicurezza, assali e sospensioni per camion e molte altre applicazioni per moto, auto e camion), del settore idraulica (per il quale Ceruti produce tubi trafilati a freddo per impiego cilindri oleoidraulici) e infine del settore meccanico, mediante la produzione di tubi trafilati di precisione, sempre in accordo alle norme europee.



Con una struttura aziendale di 50 collaboratori, che vede tutt'ora presenti i figli e i nipoti del fondatore, la Trafileria Ceruti ha un fatturato annuo superiore ai 30 milioni di euro, realizzato per il 70% nei mercati esteri. L'azienda, infatti, è saldamente presente nei principali Stati europei, ma anche negli Stati Uniti e in Asia. Tutti i prodotti realizzati sono rispondenti alle norme e agli standard europei, e tramite il network informatico l'azienda è in grado di monitorare ogni passaggio della catena produttiva fino alla spedizione finale.

TRAFILERIA CERUTI Spa

TRAFILERIA CERUTI Spa
Via Rosario 36 • 20011 Corbetta (MI)
ceruti@ceruti.it
www.ceruti.it

International
Caratti**INTERNATIONAL CARATTI Srl**

INTERNATIONAL CARATTI Srl

Un tuffo nell'innovazione del made in Italy

International Caratti Srl, nata nel 1981 a Milano dalla volontà di un gruppo di imprenditori che cercavano prodotti innovativi e tecnologicamente avanzati che allora non si reperivano facilmente, è un'azienda che produce e distribuisce accessori e attrezzature per piscine e centri benessere. Grazie all'esperienza del geometra **Archimede Clementi**, amministratore unico e direttore tecnico dell'azienda con oltre quarant'anni di esperienza nel settore, nacque così una linea di accessori italiani che ancora oggi vengono impiegati per la realizzazione delle piscine di tutto il mondo. Partner storici furono Hayward e Jacuzzi, aziende leader mondiali nel settore. La prima

svolta nel 1990 quando, dopo aver distribuito in Italia i pulitori automatici stranieri, è nata la prima versione dell'ancora unico pulitore elettronico automatico interamente costruito in Italia. Puntando sull'innovazione e tecnologia all'avanguardia si aprirono interessanti sbocchi che portarono a un incremento importante delle vendite all'estero e che permisero all'International Caratti di diventare una delle 5 aziende al mondo costruttrici di robot per la pulizia delle piscine. Nel 1996 il trasferimento nella nuova sede di Vermezzo dove quest'anno è stato ultimato l'ampliamento di 600 metri quadri destinati al magazzino e al reparto ricerca e sviluppo. «Nonostante le difficoltà incontrate dal 2009 dovute alla crisi che ha investito gran parte delle aziende italiane – hanno spiegato dalla International Caratti – l'innovazione, il servizio al cliente e la flessibilità rappresentano per le pmi l'unico modo per contrastare le difficoltà, risorse che costano sacrificio ed impegno ma che ci consentono di guardare al futuro con fiducia e speranza».

INTERNATIONAL CARATTI Srl

Via G. Puccini, 12/16 • 20080 Vermezzo (MI)

Tel: 02 94941294 • Fax: 02 9440966

info@caratti.it • www.caratti.it



LEGHE LEGGERE LAVORATE

LEGHE LEGGERE LAVORATE Srl

LEGHE LEGGERE LAVORATE Srl

Lavorazioni meccaniche ad alto contenuto tecnologico

Partendo dallo studio delle attrezzature necessarie, attraverso la selezione della macchina utensile più adatta, la **Leghe Leggere Lavorate** è in grado di offrire quella tecnologia d'avanguardia che, attraverso il vasto parco macchine (30 torni cnc a Fantina mobile, centri di lavoro da barra, torni a testa fissa) la rende qualificata per la fornitura di medie e grandi serie ad alto contenuto tecnologico. L'azienda lavora tutte le materie prime ferrose e non, comprese le leghe di zirconio puro e titanio, oltre a materiali sintetici. La Leghe Leggere Lavorate può fornire tutte le sue produzioni complete di rettifiche, lappature, trattamenti termici e galvanici finiture particolari quali sabbature, elettrolucidature, anodizzazioni colorate, imballaggio mono-uso e sottovuoto. La pulizia dei pezzi viene garantita da un reparto di lavaggio dotato di un impianto computerizzato automatico con lavaggi a caldo con cicli personalizzabili alle esigenze del cliente ed in casi particolari con il trattamento agli ultrasuoni, oltre naturalmente alla lucidatura e/o bariliatura. È inoltre operativa una camera bianca ISO 6 per confezionamento dei componenti medicali. L'ufficio tecnico è in grado di studiare ed elaborare qualsiasi pezzo o movimentazione meccanica o proporre eventuali migliorie al pezzo del cliente. L'azienda è certificata ISO 9001 e ISO 13485.

**LEGHE LEGGERE LAVORATE Srl**

Via Lucania 23-25 • 20090 Buccinasco

Tel: 02 45712115 • Fax: 02 4880012

commerciale@legheleggere.com

PMI NETWORK

MONGUZZI Srl



L'azienda di famiglia con vocazione internazionale

MONGUZZI Srl

Il marchio **Monguzzi** può vantare una presenza leader nel settore bordi e colle ed è da sempre sinonimo di garanzia, competenza e flessibilità. La storia comincia 25 anni fa, quando i fratelli Monguzzi, operanti da tempo nel settore come rivenditori, decidono di mettere a frutto la propria esperienza creando una struttura autonoma, l'attuale Monguzzi Srl. Forte del mestiere acquisito nel corso degli anni, oggi l'azienda può offrire ai suoi clienti una vasta gamma di prodotti formulati per soddisfare qualsiasi esigenza: produzione bordi verolegno, bordi melaminici, laminati, abs, pvc, collanti e adesivi. Grazie a una costante crescita, la Monguzzi Srl ha saputo trasformarsi nel tempo rendendosi sempre più competitiva sul mercato e ampliando le proprie potenzialità produttive, riuscendo comunque a rimanere fedele a quella che è stata la sua peculiarità fin dagli esordi: fornire ai propri clienti un servizio rapido e flessibile.



«La nostra azienda è in grado di garantire da anni un servizio e una qualità difficilmente riscontrabili nel mercato attuale. Ne sono la prova i nostri clienti, sempre più numerosi e soddisfatti» dichiarano i due fratelli Monguzzi. Da piccola azienda famigliare con clientela principalmente locale, Monguzzi Srl ha saputo evolversi e, ad oggi, oltre a coprire l'intero mercato italiano, ha scoperto una più ampia vocazione internazionale.

MONGUZZI Srl

Via Buonarroti, 5 • 20813 Bovisio Masciago (MB)

Tel: 0362 571006 • Fax: 0362 593680

monguzzi-srl@monguzzi-srl.it • www.monguzzi-bordi.com

SALUMI CINQUE STELLE Srl

SALUMI CINQUE STELLE Srl

L'industria che porta in tavola i sapori di una volta

La **Salumi Cinque Stelle Srl** ha iniziato la propria attività nel 1992 nello stabilimento in via Matteotti 20 a Cassinetta di Lugagnano, per la volontà di **Giuseppe Pedrolì** di sviluppare un'azienda che gli consentisse di mettere in pratica l'esperienza acquisita in decenni di presenza nel settore dei salumi, ponendo particolare attenzione alla valorizzazione dei prodotti tipici della zona. Nel corso degli anni la società si è specializzata nella produzione di insaccati, di lardo e di spiedini nonché nella commercializzazione di carni suine fresche tutte provenienti da suini italiani. Particolare attenzione è stata posta alla qualità operando puntuali controlli sulle materie prime, sui semilavorati e sui prodotti finiti e alla gestione dei rischi igienico-sanitari attraverso uno studio HACCP con il quale sono stati identificati e conseguentemente monitorati, i punti critici dei diversi processi produttivi. Nel corso del tempo si è progressivamente passati da una semplice attività di controllo, a una gestione della qualità basata sulla pianificazione di tutte le attività necessarie a garantire che i prodotti e i servizi forniti soddisfino tutti i requisiti specificati. Nella produzione aziendale gli insaccati freschi, protagonisti tradizionali della cucina lombarda e in particolare del Parco agricolo Sud Milano, rappresentano l'eccellenza della produzione aziendale, salamelle, verzini, luganega, cotechini, triangoli e zamponi sono prodotti con tecniche e "formule" di antica tradizione mantenendo la tipicità e il gusto. Gli spiedini di suino sono ancora confezionati a mano, tralasciando i vantaggi derivanti dall'uso della tecnologia disponibile per l'automazione, ottenendo un prodotto prettamente artigianale molto apprezzato dalla clientela. Le scelte, nel corso degli anni, si sono rivelate positive ed hanno consentito all'azienda un apprezzabile posizionamento sul mercato.



i salumi di Peppe



SALUMI CINQUE STELLE Srl

Via Matteotti, 20/22 • 20081 Cassinetta di Lugagnano (MI)

Tel: 02 94964967 • Fax: 02 94964988

salumi@tiscalinet.it • www.salumicinquestelle.it



BARBIFLEX Snc

Soluzioni innovative per il garden e l'edilizia

Barbiflex Snc, società di Carate Brianza in attività da oltre trent'anni, si distingue per lo sviluppo di innovativi prodotti per il garden e l'edilizia. Se agli inizi, nel 1978, si occupava di accessori per il letto e l'arredamento, Barbiflex nel tempo si è arricchita di nuove divisioni: dal 1992, infatti, pur mantenendo operativo il primo ramo, l'azienda rivolge i propri sforzi nel settore del nontessuto, incentivando la ricerca in tale ambito. L'innovazione, caposaldo della politica di Barbiflex, porta alla nascita nel 2005 di Hoasi®, il rivoluzionario sistema che, rispetto al tradizionale telo nero antialga, permette una pacciamatura estremamente efficace, dai costi più contenuti e che favorisce una migliore e rapida crescita delle piante. Alla versione originale se ne sono successivamente affiancate diverse, per rispondere a qualsiasi esigenza e ben armonizzarsi in tutti gli ambienti naturali. Il telo è ideale per i più svariati impieghi: opere e giardini pubblici, impianti fotovoltaici, aziende agricole, roseti, parchi, ma anche orto e giardinaggio hobbistico. E' disponibile, infatti, sia in rotoli sia in pratici dischi per la pacciamatura in vaso. Nel 2007 Barbiflex lancia Agadir, il telo nontessuto

in PET pensato appositamente per decorare recinzioni di ogni tipo, con un elevato risultato estetico, rapidamente e senza alcuna manutenzione. Agadir, proposto nei colori verde, edera e mattoni, è ideale per ville, villette a schiera, giardini ed ovunque si desideri ottenere una privacy totale. Barbiflex, dinamica e attenta alle richieste del mercato, è dunque sempre alla ricerca di soluzioni all'avanguardia, in particolare è allo studio di prodotti nuovi per il garden professional e per il vivaismo, nonché per la subirrigazione e l'edilizia.



BARBIFLEX Snc

Via Lombardia, 27 • 20841 Carate Brianza (MB)

Tel: 0362 992342 • Fax: 0362 991475

info@barbiflex.it • www.barbiflex.it

BARBIFLEX Snc

LOGWIN LOGWIN AIR AND OCEAN ITALIA Srl

Specializzati nelle sfide logistiche di un mondo sempre più veloce



Riccardo Fuochi, c.e.o. della Logwin

Logwin opera attraverso i suoi 5.500 dipendenti in tutti i più importanti mercati. L'azienda è strutturata nelle due divisioni: solutions (logistica integrata) e Air+Ocean (trasporti internazionali mare e aereo). La società, fondata in Germania nel 1877, è presente in Italia dal 2005 e gli uffici sono ubicati a Liscate, nell'hinterland milanese. La società ha seguito l'iter e ha adottato le procedure necessarie che hanno consentito l'ottenimento delle certificazioni AEOF, CTPAT, ENAC e IATA, garanzia di affidabilità del servizio e di sicurezza nella filiera della supply chain. Logwin movimentata ogni anno 4000 teu e 3000 spedizioni via aerea. Lo staff, altamente specializzato, monitora ogni spedizione attraverso l'utilizzo di sistemi informatici all'avanguardia che consentono l'archiviazione e la condivisione di dati. L'azienda offre inoltre servizi di consulenza in materia doganale e fiscale, operando nei diversi regimi doganali. Le risorse umane sono una componente molto importante nella strategia del gruppo e contribuiscono al suo sviluppo. L'acquisizione di nuovi clienti, l'apertura di nuove filiali, l'espansione dei volumi sono determinati dal personale, fortemente motivato e qualificato, vero fattore di successo. Logwin è felice di assumersi la propria responsabilità sociale, accorre dove c'è bisogno attivandosi in

quello che riesce meglio, le spedizioni, mettendo la propria esperienza a disposizione degli enti attivi durante le esigenze umanitarie. In qualità di fornitore di servizi logistici ed operando su scala internazionale, l'azienda è consapevole della sua grande responsabilità nei confronti dell'ambiente per questo cerca di operare cercando di ridurre l'impatto ambientale come dimostrano le certificazioni ottenute HACCP e SQAS.

LOGWIN AIR AND OCEAN ITALIA Srl

Via G. Di Vittorio n 8 -10 • 20060 Liscate (MI)

info@logwin-logistics.com

www.logwin-logistics.com

LOGWIN AIR AND OCEAN ITALIA Srl

Sessantacinque anni a fianco dell'impresa. Con importanti novità

A seguito delle decisioni dell'assemblea annuale, l'associazione estende la sua operatività a quattro province e rappresenta quasi la metà delle imprese lombarde aderenti al sistema Confapi

Nell'anno in cui festeggia il sessantacinquesimo compleanno, l'associazione di viale Brenta diventa sempre più "grande". L'assemblea di Confapi Milano, svoltasi lo scorso giugno ha, infatti, deliberato la costituzione del distretto di Lodi di Confapi Milano e la fusione per incorporazione di Confapi Pavia con la conseguente costituzione del distretto di Pavia. Decisioni volte a potenziare l'attività sul territorio all'interno di una governance univoca e centralizzata. In questo modo l'associazione è diventata un soggetto sovraprovinciale che opera in quattro province e rappresenta quasi la metà delle imprese lombarde aderenti al sistema Confapi. Abbiamo chiesto al presidente **Paolo Galassi** dispiegarci le principali novità e le aspettative delle aziende del territorio.

Nasce il distretto di Lodi. Cosa significa per gli imprenditori del territorio?

«Ogni imprenditore sa che in periodi di crisi bisogna investire e per investire bisogna avere una visione chiara della direzione in cui condurre la propria azienda. Ebbene, in questo periodo di crisi, per Confapi Milano investire ha voluto dire consolidare e ampliare la propria presenza sul territorio al fine di garantire un miglior servizio alle imprese e di accrescere il proprio ruolo

«continuiamo a portare avanti con forza le battaglie che l'associazione sostiene da 65 anni a tutela dell'inestimabile risorsa che l'impresa rappresenta per il territorio lombardo»



«ci stiamo battendo per far capire che l'economia riparte solo se agli imprenditori giunge il segnale che fare impresa è più agevole»

di rappresentanza istituzionale. Viene così confermata la grande attenzione per le imprese manifatturiere e la volontà di instaurare un dialogo ancor più diretto ed efficace con gli industriali e le istituzioni lodigiane».

Qual è stata la ratio che ha spinto l'assemblea a deliberare in merito alla fusione per incorporazione di Confapi Pavia in Confapi Milano?

«Si tratta di una decisione che completa il percorso iniziato nel 2007 quando venne deliberata la confederazione di Confapi Pavia con Confapi Milano. Il progetto di fusione per incorporazione rafforza i servizi alle imprese associate e la presenza del sistema Confapi nella provincia pavese».

L'economia stenta a decollare. Il nostro è l'unico Paese dell'area Oce a non essere cresciuto negli ultimi anni; la disoccupazione non accenna a diminuire e il successo dell'export sta subendo una fase di arresto. Cosa può fare l'associazione per gli imprenditori?

«Gli industriali non possono più permettersi interventi di politica economica finalizzati a garantire il "galleggiamento" del sistema Italia. Serve una scossa vera. Ci stiamo battendo per far capire che l'economia riparte solo se agli imprenditori giunge un segnale chiaro, cioè che è più agevole e meno dispendioso fare impresa, quella vera, che crea lavoro e occupazione e lascia qualcosa ai nostri giovani. Oltre al ruolo istituzionale, l'associazione sostiene concretamente le pmi attraverso i servizi reali, quali il supporto nell'erogazione degli ammortizzatori sociali, nell'accesso al credito, nell'abbattimento dei costi per l'acquisto dell'energia, nella formazione finanziata, nell'accompagnamento dei processi di innovazione e internazionalizzazione».

I territori nei quali è radicata Confapi Milano sono stati protagonisti di un profondo desiderio di cambiamento. Cosa si sente di dire ai nuovi amministratori?

«La ripresa appare oggi come una difficile rincorsa al fatturato e a nuovi mercati. Perché la politica non la trasformi in una corsa a ostacoli, le imprese hanno bisogno del massimo supporto da parte del sistema istituzionale per uscire definitivamente dalla crisi.

Per questo eravamo intervenuti prima dell'elezione del sindaco Giuliano Pisapia per dire che il nostro primo cittadino ideale era quello che avrebbe messo al centro il lavoro. L'impresa è il vero motore produttivo di ricchezza e benessere sociale e Milano non è diventata una delle grandi capitali dell'economia solamente grazie a moda, design o lusso. Tante pmi, che hanno fatto grande il tessuto lombardo grazie al loro scrigno di competenze, stanno abbandonando il nostro territorio penalizzate dalla pesantezza della burocrazia, dalla mancanza di infrastrutture adeguate e dall'assenza di incentivi e sgravi fiscali. E a Milano, che sta diventando sempre più una città "finanziaria", cosa resta?».

I danni provocati dalla finanza "creativa" sono sotto gli occhi di tutti. La soluzione è quindi ripartire dalle fabbriche?

«Le fabbriche non devono più essere considerate un monumento del passato. In stabilimento ogni giorno i nostri imprenditori danno vita a delle autentiche innovazioni – nei prodotti e nei processi – che vengono esportate in tutto il mondo. Non per niente Milano detiene quasi un quarto dei depositi di brevetti nazionali. La fabbrica è una risorsa insostituibile. Anche per Expo 2015».

Aggiornamento dello Statuto di Confapi Milano

È possibile scaricare il testo aggiornato collegandosi all'indirizzo www.confapimilano.it.

Per accedere all'area del sito riservata alle associate è necessario digitare il proprio codice Confapi Milano.



Pisapia: «Un Comune del fare al servizio delle piccole imprese»

Il ruolo dell'industria manifatturiera, le opere infrastrutturali, la spinta all'innovazione, le opportunità di investimento: ne abbiamo parlato con il primo cittadino di Milano

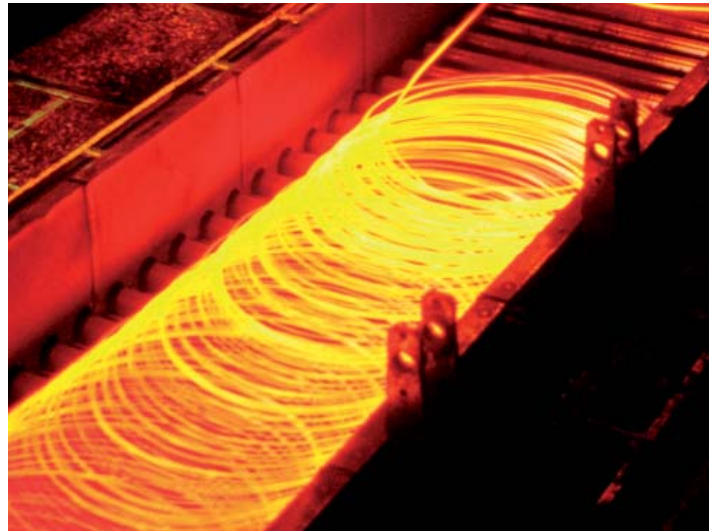
«Per me la politica è soprattutto servizio: inteso sia come impegno volontario che istituzionale. Faccio l'avvocato e vorrei diventare il sindaco di Milano per mettere la mia esperienza a disposizione della città. Perché sono certo che per essere più ricca, attraente e sicura, una città deve cominciare con l'essere più giusta. Vorrei che economia e lavoro crescano insieme e che ci sia più aiuto per le imprese e più occupazione in ogni campo: dal lavoro industriale al sapere artigiano, dalle professioni ai servizi, dall'economia digitale alla ricerca. E in tutti i settori, prima le donne e i giovani. Vorrei che Milano diventi una comunità di cittadini attivi e consapevoli, in cui la cultura sia motore di cambiamento». In campagna elettorale **Giuliano Pisapia**, si presentava così ai navigatori della rete. Laureato in Scienze politiche e Giurisprudenza, educatore al carcere minorile Beccaria, operaio in un'industria chimica, impiegato in banca, parlamentare, avvocato il primo cittadino di Milano, la scorsa chiamata alle urne, è riuscito a colorare di arancione piazza Duomo e a diventare una sorta di simbolo della voglia di rinnovamento

■ secondo gli imprenditori la nuova giunta chiamata al governo della città deve recuperare una dimensione strategica che rimetta l'impresa al centro

■ la chiave di volta del rilancio del sistema industriale milanese non può essere che l'impegno del sistema istituzionale nel sostegno alla piccola e media industria



espressa da tanti milanesi. Dopo i festeggiamenti, la nomina della giunta (vedi box), il primo consiglio tra la simpatica risottata e i maxischermi, sul tavolo del primo cittadino ora ci sono temi importanti particolarmente cari alle piccole e medie imprese: Expo, Pgt, mobilità, semplificazione burocratica. Argomenti già affrontati durante un incontro svoltosi durante la campagna elettorale presso la sede di Confapi Milano in viale Brenta e durante il quale alcuni industriali hanno evidenziato all'avvocato le difficoltà vissute ogni giorno insieme alle loro proposte. Istanze sempre valide perché Milano possa nuovamente rimettere al centro il lavoro e l'industria. «C'è un tessuto produttivo di piccoli industriali milanesi – ha spiegato il presidente di Confapi Milano **Paolo Galassi** – che opera nell'era della globalizzazione, che ha resistito alla crisi mantenendo l'occupazione e che continua a stare sui mercati mondiali con produzioni tecnologicamente avanzate: questa ampia fascia di cittadini milanesi chiede alla nuova giunta interventi finalizzati a semplificare la burocrazia, a incentivare il rapporto tra scuola e lavoro, a favorire il rapporto tra sistema bancario e imprese, a potenziare le infrastrutture e il trasporto pubblico, ma soprattutto a considerare la "fabbrica" non un residuo del passato ma una risorsa insostituibile per la Milano proiettata verso l'Expo



2015». Se, infatti, uno degli ultimi saggi di Pisapia, dal titolo "In attesa di giustizia, dialogo sulle riforme possibili", è il compendio delle sue esperienze, anche gli imprenditori associati a Confapi Milano sono in attesa di un cambiamento. Quello vero.

Di seguito le risposte di Giuliano Pisapia ad alcune domande poste dagli imprenditori di Confapi Milano.

In che modo intende coinvolgere il sistema della piccola e media impresa per il rilancio di Milano?

«Prima di tutto intendiamo favorirne la visibilità e l'ascolto. Milano gode di un addensamento associativo che si articola in una miriade di imprese che spesso non sono sotto i riflettori ma che producono con grande successo».

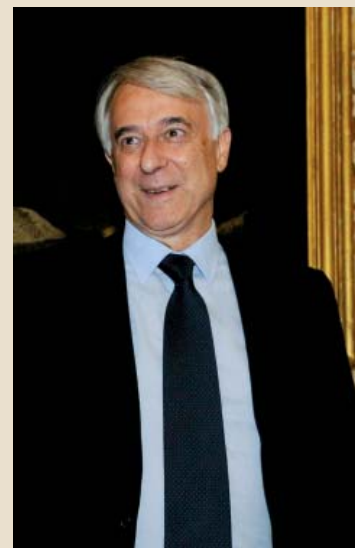
La competitività è strettamente legata a un tema fondamentale per gli imprenditori, quello della semplificazione burocratica. Cosa ha intenzione di fare la nuova amministrazione comunale?

«Intendiamo proseguire nel lavoro intrapreso dallo sportello unico e nelle semplificazioni procedurali. Tutte le prime delibere prese dalla nuova giunta hanno la caratteristica di avere ridotto almeno un passaggio burocratico, un primo segnale importante in questo senso».

Chi è il primo cittadino di Milano

Giuliano Pisapia, sindaco di Milano dal 1 giugno 2011, è nato a Milano, il 20 maggio del 1949 città che ama e nella quale ha sempre vissuto. È laureato in Scienze politiche e Giurisprudenza. Negli anni dell'università ha lavorato come educatore al carcere minorile Beccaria, come operaio in un'industria chimica e come impiegato in banca. Solo a trent'anni ha cominciato a fare l'avvocato. Il lavoro di penalista lo ha portato a contatto con le ingiustizie, le disuguaglianze, la mancanza di diritti. Ha seguito, insieme al suo studio, molti tra i processi più importanti di questi ultimi anni. Ma ha anche continuato a seguire i casi minori, quelli che riguardano la gente comune e che non finiscono sulle prime pagine dei giornali. Proprio partendo da questo ha deciso di mettere la sua esperienza a disposizione della città. Per Giuliano Pisapia la politica è soprattutto servizio.

Dalla politica intesa come impegno volontario alla politica nelle istituzioni: il suo impegno sulla città lo ha portato, nel 1996, ad essere eletto deputato come indipendente nelle liste di Rifondazione Comunista. In quella legislatura è stato presidente della commissione giustizia della Camera dei deputati. Nel 2001 è stato rieletto deputato ed è stato presidente del Comitato carceri. Per la coalizione di centrosinistra, alla vigilia delle elezioni del 2006, ha coordinato il gruppo che ha preparato il programma per la giustizia. Nel 2009 è stato chiamato a presiedere la Commissione ministeriale per la riforma del codice penale.





Pisapia: «Un Comune del fare al servizio delle piccole imprese»

La nuova giunta interverrà con decisione sul sistema infrastrutturale, nota dolente per molti imprenditori?

«Se dovessimo partire dallo stato delle casse comunali ricevute in eredità, dovrei dire di no. Ma la nostra bussola sarà innanzitutto individuare gli investimenti necessari da fare in città, e le infrastrutture lo sono sicuramente, e quindi procedere nella ricerca dei finanziamenti utili per realizzarli».

La nuova giunta potrà promuovere e coordinare un comitato per l'innovazione e la competitività tra imprese, sindacati e università, finalizzato alla nascita di tirocini di ricerca applicata nelle piccole e medie imprese manifatturiere?

«Sicuramente riteniamo che lo strumento dei tavoli e dei comitati realizzati con pragmatismo e poca forma è uno dei più utili a questo fine».

Si può ripensare il territorio milanese destinando aree dismesse all'insediamento di poli per produzioni industriali tecnologicamente avanzate? È possibile prevedere forme di agevolazioni per chi vi investe?

«Abbiamo revocato l'approvazione del PGT proprio per poter dare ascolto e seguito ad osservazioni e proposte come questa. Vedremo assieme quali possibilità ci sono».



È prevista la costituzione di un Garante municipale (Mister Pmi) per le micro, piccole e medie imprese, sull'esempio della analoga figura costituita a livello nazionale nell'ambito del recepimento dello Small Business Act europeo?



Paolo Galassi presenta a Giuliano Pisapia le richieste delle pmi

«La precedente amministrazione aveva iniziato il percorso di recepimento attivo del Business Act e noi non abbiamo alcuna ragione per interromperlo».

RIMETTERE AL CENTRO IL LAVORO (E L'INDUSTRIA)

Milano ha la volontà (politica) e la capacità (sociale ed economica) di continuare a essere un sistema territoriale di riferimento internazionale non solo per alcuni settori produttivi come la moda, il design, il lusso ma anche per il ben più vasto e rilevante (anche dal punto di vista occupazionale) mondo dell'industria manifatturiera avanzata? Se lo sono chiesti tantissimi imprenditori che durante la campagna elettorale, hanno continuato a ribadire la necessità di rimettere al centro il lavoro. Per le piccole e medie imprese la giunta chiamata al governo della città dovrà, infatti, recuperare una dimensione strategica che rimetta l'impresa al centro dello sviluppo, quale vero motore produttivo di ricchezza e benessere sociale. Per questa ragione Confapi Milano ha redatto un documento nel quale sono state messe nero su bianco le istanze elaborate, attraverso un sondaggio, a partire dalle priorità e aspettative individuate dai piccoli e medi imprenditori associati. Proposte che rappresentano inoltre il quadro delle decisioni politiche che Confapi Milano auspica siano assunte dalla maggioranza di governo municipale, allo scopo di contribuire al rilancio di Milano e del suo tessuto sociale ed economico.



Giuliano Pisapia e Stefano Valvason, direttore generale di Confapi Milano



Per stimolare le istituzioni di governo della città allo sviluppo di politiche mirate al comparto industriale, i piccoli e medi imprenditori associati a Confapi Milano hanno posto quale priorità della nuova giunta la realizzazione di un'indagine conoscitiva con relativa mappatura quali-quantitativa della realtà della piccola e media industria milanese. L'importanza e l'eccellenza del tessuto delle pmi industriali attive nella regione urbana milanese, infatti, sono pressoché sconosciute, nonostante queste attività si caratterizzino per una forte capacità innovativa, una marcata ecosostenibilità e una spiccata tensione all'internazionalizzazione. La seconda azione fortemente sollecitata è lo **sfruttamento della visibilità offerta da Expo 2015** per generare occasioni di valorizzazione della realtà industriale milanese attiva nei settori tecnologici all'avanguardia: biotech, energie alternative, nanotecnologie, elettromeccanica, automazione, cibernetica e domotica.

Ridurre l'impatto della burocrazia è un altro dei temi cari alle aziende. Nonostante la pur utile attivazione dello Suap (Sportello unico attività produttive), le pmi chiedono alla nuova giunta municipale di farsi carico di una **progressiva riduzione della complessità burocratica relativa alla gestione ordinaria dell'impresa**. A sostegno di tale indirizzo politico, si invoca la costituzione di un **Garante municipale (Mister Pmi) per le micro, piccole e medie imprese**, sull'esempio della analoga figura costituita a livello nazionale nell'ambito del recepimento dello Small Business Act europeo.

Per i piccoli e medi imprenditori milanesi può costituire un'ipotesi politica vincente anche la **creazione di una «tax free zone» destinata a favorire gli investimenti e gli insediamenti industriali**. In vista dell'attuazione del federalismo municipale, gli imprenditori richiamano inoltre le istituzioni a un'azione che preservi le aziende da un incremento del carico fiscale sotto forma di tributi municipali (rifiuti, acqua...). Le aziende auspicano che l'impegno del sistema istituzionale nel sostegno alla piccola e media industria si concretizzi attraverso la formulazione di piani di investimento con le banche per offrire opportunità finanziarie a misura di pmi, finalizzate a promuovere processi di innovazione, internazionalizzazione e aggregazione.

La regione milanese presenta un territorio molto urbanizzato, caratterizzato da un tessuto produttivo costituito da una rete di imprese costituita in massima parte da unità produttive di piccole e medie dimensioni, le quali esprimono una domanda di mobilità merci che si va a sommare a quella generata dalla presenza di insediamenti residenziali di grande dimensione demografica. All'interno di questo contesto già congestionato è previsto il passaggio di alcuni grandi corridoi europei, che già oggi, pur in assenza delle infrastrutture adeguate, sono percorsi da flussi enormi di merci, che utilizzano in forte prevalenza il mezzo stradale. La carenza

occorre puntare sul capitale umano, che è la prima risorsa per lo sviluppo di un comparto manifatturiero

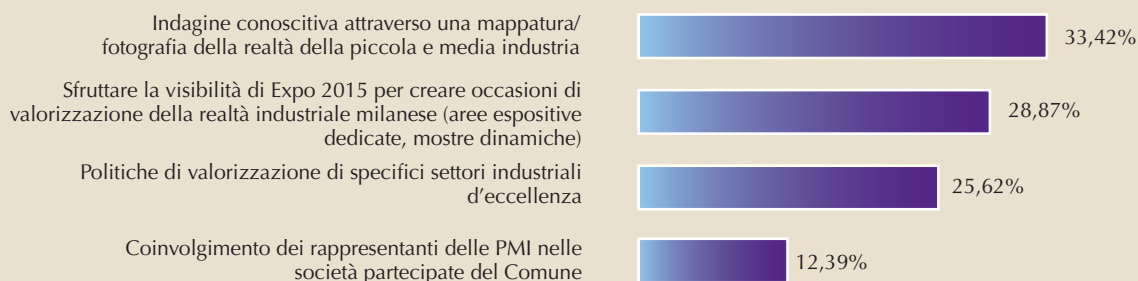


Pisapia: «Un Comune del fare al servizio delle piccole imprese»

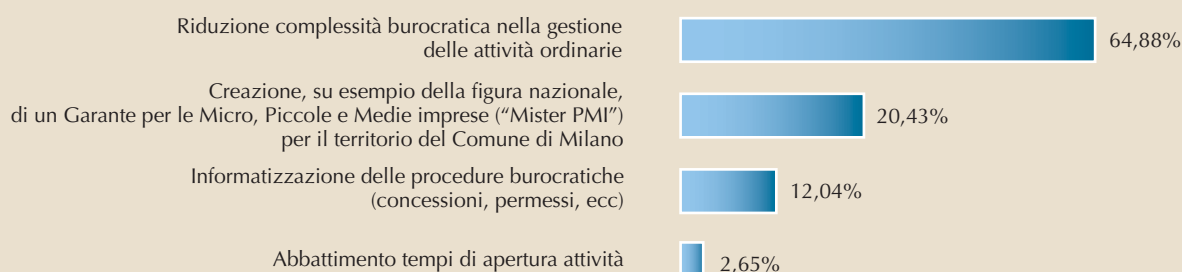
infrastrutturale produce quindi un rallentamento, e in alcuni casi un vero e proprio blocco, delle capacità produttive dell'area più produttiva di tutto il Paese. Per questo gli imprenditori associati a Confapi Milano si pongono due esigenze primarie: la **realizzazione o il completamento delle grandi infrastrutture viarie previste per le connessioni delle reti lunghe** (Pedemontana, Tem, Brebemi...), anche in vista dei flussi stimati per l'Expo 2015, e il **potenziamento delle reti corte rappresentate dal trasporto pubblico** (metropolitane extraurbane, linee ferroviarie regionali...). Di pari importanza e necessità è la **promozione di un hub logistico nell'hinterland milanese**, con la possibilità di convertire all'alimentazione elettrica tutti gli automezzi utilizzati per il trasporto merci verso e dalla città. Per favorire la crescita della competitività delle piccole e medie imprese milanesi occorre inoltre puntare sul **capitale umano**, che è la prima risorsa per lo sviluppo di un comparto manifatturiero. È

necessario sostenere sia i processi di riforma della scuola secondaria – prima «fornitrice» di tecnici e addetti per le pmi industriali – sia sviluppare strumenti normativi in grado di favorire l'inserimento lavorativo dei giovani diplomati o di coloro che non completano il percorso di studi. Ecco perché tra le priorità delle politiche attive del lavoro cui gli imprenditori chiamano la nuova giunta figurano la promozione, sviluppo e implementazione del rapporto scuola-lavoro (ad esempio, mediante l'incentivazione dell'apprendistato professionalizzante) e la **riqualificazione delle scuole civiche a indirizzo tecnico**. Un altro aspetto fondamentale per la crescita occupazionale è il rapporto con le conoscenze e le competenze espresse dal mondo universitario: è quindi auspicata l'**erogazione di voucher per retribuire stage o tirocini di laureandi, laureati e ricercatori presso le pmi**, in modo da potenziare e sistematizzare la pensione naturale delle imprese manifatturiere all'innovazione.

Riconoscimento e valorizzazione del ruolo delle PMI



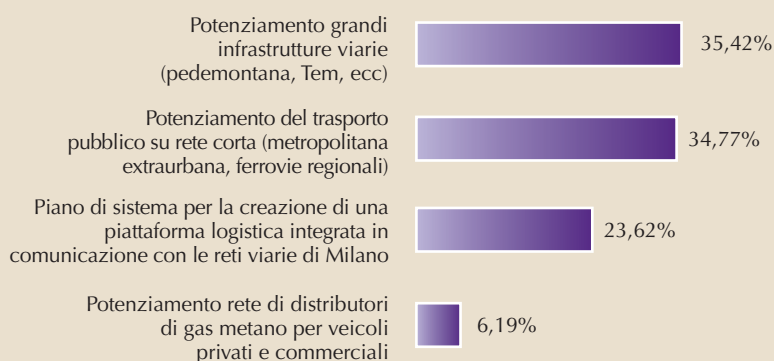
Semplificazione normativo-burocratica



Incentivazione e sviluppo



Infrastrutture



Confapi Milano, nel ringraziare le amministrazioni uscenti, desidera augurare un buon lavoro a tutti i sindaci, presidenti di provincia, consiglieri comunali e provinciali di Milano, Brianza, Lodi e Pavia eletti durante la scorsa tornata elettorale.



LA "SQUADRA" DI GIULIANO PISAPIA

Partendo dal sindaco **Giuliano Pisapia** in centro e andando in senso orario, **Daniela Benelli**, assessore all'Area Metropolitana, Decentramento e Municipalità, Servizi Civici; **Lucia Castellano**, assessore alla Casa, **Demario**, Lavori Pubblici; **Lucia De Cesaris**, assessore all'Urbanistica, Edilizia privata; **Bruno Tabacci**, assessore al Bilancio, Patrimonio, Tributi; **Pierfrancesco Majorino**, assessore alle Politiche sociali e Servizi per la salute; **Pierfrancesco Maran**, assessore alla Mobilità, Ambiente, Arredo Urbano, Verde; **Franco D'Alfonso**, assessore al Commercio, Attività produttive, Turismo, Marketing Territoriale; **Stefano Boeri**, assessore alla Cultura, Expo, Moda, Design; **Marco Granelli**, assessore alla Sicurezza e Coesione sociale, Polizia locale, Protezione Civile, Volontariato; **Chiara Bisconti**, assessore al Benessere, Qualità della Vita, Sport e Tempo Libero; **Cristina Tajani**, assessore alle Politiche per il Lavoro, Sviluppo economico, università e ricerca; **Maria Grazia Guida**: vicesindaco con deleghe all'Educazione, Istruzione, Rapporti con il Consiglio comunale, Attuazione del programma.



Pisapia: «Un Comune del fare al servizio delle piccole imprese»



verranno ulteriormente danneggiate nel caso l'area dell'Ecopass venga estesa oltre la cerchia dei Bastioni. Perplexità anche riguardo alla proposta di istituire due fasce di prezzo per auto e veicoli commerciali.

«Ci auguriamo - ha spiegato **Paolo Galassi**, presidente di Confapi Milano - che la Giunta Comunale voglia valutare con attenzione i risultati raccolti a seguito dell'introduzione dell'Ecopass. Pur sostenendo l'esigenza e l'importanza di portare avanti interventi legati alla tutela dell'ambiente, sottolineiamo la necessità di mettere in campo tutti gli interventi possibili a tutela del nostro sistema industriale, l'unico capace di aiutare il nostro Paese a uscire dalla difficile congiuntura economica».

Dalle domande, sottoposte anche agli industriali residenti in Provincia, è emerso inoltre che

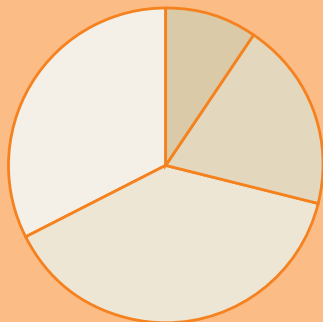
PMI, IL 67% DELLE IMPRESE PENALIZZATE DALL'ECOPASS

Il pedaggio per accedere nel centro di Milano non piace alla maggioranza degli imprenditori milanesi. Oltre il 67% degli industriali associati a Confapi Milano ha, infatti, evidenziato come l'introduzione dell'Ecopass abbia avuto ripercussioni negative sulla propria azienda. Nel mirino degli imprenditori soprattutto le difficoltà logistiche e i nuovi costi. Questo il risultato che emerge da un sondaggio effettuato dall'Ufficio Studi dell'associazione di viale Brenta, che quest'anno festeggia il 65esimo anno di attività. La rilevazione evidenzia inoltre come la grande maggioranza degli imprenditori intervistati (74%) ritiene che le imprese

quasi il 33% delle pmi con sede al di fuori del comune di Milano imputa alla tassa introdotta dal 2008 disagi a livello di logistica e incremento dei costi. Come i colleghi milanesi il 68% degli intervistati non è, infatti, d'accordo con la proposta di estendere l'area ecopass oltre la cerchia dei Bastioni.

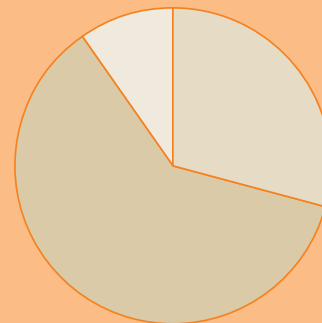
«Se è vero che l'esito referendario - ha concluso Galassi - ha dato un messaggio chiaro sulla volontà dei cittadini milanesi, è altrettanto vero che l'esperienza ci insegna che non è attraverso questo strumento che si riduce l'inquinamento della città, ma semmai si penalizza il sistema delle imprese e quindi il mondo del lavoro nel suo complesso».

L'introduzione di Ecopass dal 2008 ha avuto ripercussioni negative sulla sua attività?



- Sì, ha causato problemi logistici
- Sì, a causa dei costi maggiori
- Sì, ha avuto ripercussioni su logistica e costi
- No

Valuta positivamente la proposta di estendere l'area Ecopass oltre la cerchia dei Bastioni fino alla cerchia filoviaria 90/91 per limitare il traffico cittadino?



- Sì
- NO
- Non so



Quando la ricerca scientifica si trasforma in applicazione industriale

Presente in tutti gli atenei un'interfaccia dedicata al mondo dell'industria dedicata alle attività di trasferimento tecnologico, gestione della proprietà intellettuale e rapporti con le imprese

Continua il nostro viaggio all'interno del mondo accademico milanese. Arrivati alla seconda "puntata" vogliamo capire nel dettaglio quali sono le reali opportunità che gli atenei possono offrire alle imprese, con particolare attenzione al target delle pmi industriali. **Il sistema universitario meneghino si compone di dieci atenei, sei dei quali** – Università Milano Bicocca, Università Commerciale Luigi Bocconi, Università Cattolica del Sacro Cuore, Libera Università di Lingue e Comunicazione IULM, Politecnico di Milano, Università degli Studi di Milano – **accolgono il 97% della popolazione studentesca.** Il restante 3% è iscritto all'Università Vita e Salute San Raffaele, all'Accademia di Brera, al Conservatorio Giuseppe Verdi e alla Nuova Accademia di Belle Arti (NABA). Milano si conferma un centro di riferimento importante anche per gli universitari provenienti da altre regioni italiane e dall'estero, contando circa 80mila studenti fuori sede. Brevetti, spin-off,

incubatori, ricerca applicata, ricerca di base... gli strumenti sono molti, ma cerchiamo di capire come un'impresa che vuole crescere e innovare possa trovare nelle università il giusto interlocutore e l'opportunità più adatta alle proprie esigenze. Oggi è presente in tutti gli atenei un'importante interfaccia dedicata al mondo delle industrie: l'ILO (Industrial Liaison Office) o TTO (Technology Transfer Office). Si tratta di un ufficio dedito alle attività di trasferimento tecnologico, gestione della proprietà intellettuale e rapporti con le imprese. Nel precedente numero ci hanno raccontato quali attività svolgono gli ILO di SDA Bocconi, Scuola di Comunicazione IULM, Università degli Studi di Pavia e Università degli Studi di Milano. In questo numero raccogliamo le testimonianze di **Università Milano Bicocca** e del **Politecnico di Milano**, per capire come industria e università possano lavorare insieme per progettare il futuro.



Quando la ricerca scientifica si trasforma in applicazione industriale



UNIVERSITÀ DEGLI STUDI DI MILANO BICOCCA

La missione (possibile): ricerca e contributo allo sviluppo del sistema produttivo

Di Troia: «L'università viene vista ancora come un'accademia quando invece ci dovremmo porre come attore eccellente e attivo nel mondo industriale»

Università degli Studi di Milano – Bicocca

Core business: Le scienze dei materiali, Biotecnologie e Bioscienze, Scienze ambientali, Informatica e Medicina.

Contatto: **Elena Gemma Brogi** - tel. 0264486431
elenagemma.brogi@unimib.it

Quali sono le vostre principali attività?

Risponde **Armando Di Troia**: «Noi ci occupiamo di trasferimento tecnologico e di proprietà intellettuale. Il nostro lavoro si divide in attività che possiamo definire specifiche e attività trasversali, che sono meno visibili ma molto importanti. Per quanto riguarda le attività specifiche siamo organizzati in tre uffici uno che si occupa di contratti per conto terzi e centri universitari, uno che si occupa di accordi di collaborazione e forme associative e un terzo che gestisce brevetti, spin-off e rapporti con le imprese. Per citare qualche dato stipuliamo in media 200-250 contratti all'anno, sia con enti pubblici che privati, con un ricavo di circa 8 – 9 milioni all'anno di cui il 10% è costituito da finanziamenti in borse di studio o assegni di ricerca, questo a dimostrazione vi è una certa sensibilità nel voler incentivare i nuovi ricercatori. Per quanto riguarda i brevetti ne depositiamo circa una decina all'anno, mentre di nuovi spin-off ne nascono uno o due ogni anno».



Armando Di Troia, responsabile settore Proprietà Intellettuale e Trasferimento Tecnologico dell'Area Ricerca

Quali azioni mettete in campo per stimolare il trasferimento tecnologico?

«Siamo molto attivi sui network di relazione, che secondo noi sono la chiave per la crescita, infatti, partecipiamo a diversi consorzi, associazioni e fondazioni. Inoltre gestiamo circa una cinquantina di centri universitari o inter-universitari che costituiscono delle piccole nicchie di eccellenza in settori specifici. Attraverso tutte queste reti di contatti attiviamo accordi di collaborazione e soprattutto costruiamo dei rapporti fiduciosi molto proficui per avviare nuove ricerche. Rientrano invece nelle attività trasversali tutte quelle azioni che riguardano la stimolazione e la formazione al trasferimento tecnologico e alla proprietà intellettuale. In particolare agiamo su due fronti, quello del knowledge management in cui lavoriamo per cercare di far condividere il più possibile la conoscenza tra i gruppi di ricerca interni. A tale proposito, abbiamo da poco attivato una bacheca online che tutti i gruppi di ricerca possono utilizzare per scambiarsi informazioni. Con il progetto EIP: KM&TT (Exploiting Intellectual Property: Knowledge Management e Technology Transfer) abbiamo inoltre realizzato una mappatura di tutti i gruppi di ricerca che ci permette di dialogare costantemente con i referenti per tenerci informati sulle esigenze e le richieste. Altro fronte d'azione è l'attività di trasferimento tecnologico vera e propria, in cui realizziamo una grande attività di informazione su bandi e finanziamenti, cerchiamo di comunicare l'importanza della proprietà intellettuale e promuoviamo la necessità di basare l'attività di ricerca sulla domanda di mercato e non sull'offerta».

Come comunicate le opportunità alle imprese?

«Spesso è l'industria a cercare direttamente noi ma principalmente comunichiamo attraverso la partecipazione a network di conoscenze già esistenti. In passato utilizzavamo anche una newsletter ma, a causa dei tagli, non è più stata redatta. Dall'anno scorso abbiamo avviato un progetto di rivisitazione della pagina web dedicata alla ricerca dove si possono trovare tutte le informazioni sulla nostra attività. Realizziamo molte iniziative basate sui contatti diretti come workshop, seminari e convegni. L'anno scorso ne abbiamo organizzati una decina riferiti a diverse tematiche e indirizzati ad aziende, ricercatori e docenti».



Per voi le pmi sono un target interessante?

Sì certamente, anche se credo che le pmi dovrebbero essere più propense a valutare e finanziare i risultati della ricerca universitaria. La vera barriera all'ingresso, per quanto riguarda questo target, sono i costi. I nostri finanziamenti non sono così ampi da poter portare il prodotto in uno stadio competitivo prototipale, con le nostre forze arriviamo fino allo stadio sperimentale, il problema è appunto superarlo per arrivare ad un prototipo, ma le pmi spesso non ne hanno la forza sufficiente. C'è anche da dire che a differenza del mondo anglosassone la cultura dell'autofinanziamento della ricerca in ambito universitario non è ancora molto radicata. L'università viene vista ancora come un'accademia, quando invece ci dovremmo porre come attore eccellente e attivo nel sistema industriale. È necessario che il mondo accademico e quello industriale collochino e collaborino per essere competitivi sul mercato. Per fare questo noi stiamo lavorando tantissimo sulle reti attraverso attività di scouting per la costituzione di partenariati».

Case history?

«A breve usciremo sul mercato con uno strumento per la misurazione della quantità di radiazioni emesse. Questo progetto è stato finanziato dalla Regione e vi hanno partecipato sei pmi insieme al nostro Ateneo e a IEO. Ora una delle aziende partecipanti si assumerà il rischio economico di portare il prodotto sul mercato».





Quando la ricerca scientifica si trasforma in applicazione industriale



POLITECNICO DI MILANO

Pmi&Università, sodalizio all'insegna dell'innovazione

Resta: «Il vero valore aggiunto è il trasferimento dalle esperienze tra mondo accademico e industriale. Le aziende con la loro unica e preziosa conoscenza devono avere la possibilità di lavorare insieme ai ricercatori per competere»

Politecnico di Milano

Core business: energia, trasporti, design, matematica, ICT, ambiente costruito, scienze naturali e applicate

Contatto: Anna Veronelli - tel. 0223998500



Ferruccio Resta, direttore del Dipartimento di Meccanica e delegato del Rettore per la Valorizzazione della Ricerca e il Trasferimento Tecnologico.

Quali sono le opportunità che il Politecnico offre alle pmi?

Risponde **Ferruccio Resta**: «Il Politecnico di Milano è pronto e disponibile a raccogliere le sfide che vengono offerte dalle esigenze delle realtà produttive, per rendersi accessibile ha sviluppato negli anni strutture e canali con cui l'azienda può interagire. L'Ateneo è organizzato in Dipartimenti che raccolgono le competenze delle singole discipline: energia, ICT, meccanica, chimica sono solo alcuni dei nostri Dipartimenti. Esiste quindi una prima possibilità di un contatto diretto tra pmi e i Dipartimenti. Spesso le problematiche e le tematiche presentano caratteristiche interdisciplinari che richiedono competenze trasversali: è per questo che il Servizio di Ricerca di Ateneo si offre come sportello per le aziende ed è inoltre disponibile a offrire il necessario supporto anche rispetto alle fonti di finanziamento di collaborazioni congiunte. In un mondo in cui sopravvivere sul mercato è possibile solo attraverso una forte ricerca competitiva, l'Ateneo ha ritenuto di sviluppare e mettere a disposizione non solo le competenze proprie dei Dipartimenti o le opportunità di finanziamento del Servizio Ricerca ma anche un servizio volto alla valorizzazione della ricerca, alla protezione dei risultati e al trasferimento tecnologico: il Technology Transfer Office (TTO). Il nostro Ateneo ha nel proprio DNA la missione di valorizzare e proteggere i risultati della propria ricerca ma non la necessità di farne mercato, che invece è la principale missione delle pmi per competere e fare innovazione. Il TTO è quindi disponibile durante le fasi di collaborazione di ricerca e di innovazione a dare il supporto per proteggere un'invenzione e seguire gli aspetti formali e operativi del processo di deposito e mantenimento di brevetti. Solitamente i brevetti vengono depositati in co-titolarità, con licenza di utilizzo esclusiva del partner industriale. In alcuni casi le collaborazioni possono anche sfociare in un'iniziativa imprenditoriale partecipata (Spin-off del Politecnico di Milano) che in fase di avviamento possono godere di servizi di incubazione dell'Acceleratore d'Impresa».

Le pmi sono per voi un target interessante?

«Lavoro in Lombardia e mi occupo di meccanica, non possono non esserlo ...

Al di là delle battute, il Politecnico ha certo un forte interesse verso le grandi realtà produttive perché possono garantire e sviluppare progetti di ricerca pluriennali: si tratta di partner strategici molto importanti. Ma le pmi sono il nostro compagno di viaggio nel lavoro quotidiano: basti pensare, per fare un esempio concreto, ai laboratori sperimentali dei nostri Dipartimenti. I laboratori sono sostenuti principalmente da rapporti industriali, la maggior parte dei quali con pmi. Certi investimenti in infrastrutture tecnologiche possono essere possibili solo grazie a un networking di pmi: in questo caso il Politecnico può fungere da collettore di esigenze di più realtà industriali a sistema».

Quindi la chiave è il networking?

«Sì, assolutamente. C'è da dire che oggi anche gli strumenti di finanziamento sono di aiuto, come ad esempio le iniziative di Regione Lombardia. Rivolgersi a un'università permette altresì di conoscere al meglio tutti questi strumenti per raccogliere le opportunità. In Lombardia sono stati creati distretti (termoelettromeccanica, nautica, automotive, ...) che hanno permesso di costituire vere e proprie reti di pmi all'interno di settori strategici che poi hanno stipulato contratti di ricerca con i nostri dipartimenti».

Come comunicate con le aziende?

«All'interno dell'Ateneo è molto attivo il Career Service che, oltre a proporre ogni mese numerose iniziative di recruiting, incontri con aziende

GLI STUDENTI DEL POLITECNICO DI MILANO VINCONO LA FINALE MONDIALE DELLA GLOBAL INVESTMENT RESEARCH CHALLENGE IN USA



Il team degli studenti che hanno vinto la finale della Global Investment Research Challenge

noscere da vicino il settore in cui si preparano ad operare. Nella finale il team italiano ha sfidato gli studenti della Thammasat University (Thailandia), della Rutgers University (USA) e University of Southern California (Los Angeles) vincitori rispettivamente per l'area Asia, per la Regione di New York e per le Americhe.

Un team di studenti del **Corso di Laurea in Ingegneria Gestionale** del Politecnico di Milano ha vinto ad Omaha, Nebraska la finale mondiale della Global Investment Research Challenge tra 500 università di tutto il mondo. La Global Investment Research Challenge è una competizione con finalità formative organizzata da CFA Institute, affermata associazione di professionisti della finanza, e da Italian CFA Society, ad essa affiliata ed operante a livello italiano. Obiettivo della sfida è promuovere le best practices tra i futuri analisti finanziari e dare agli studenti universitari la possibilità di co-

Research Challenge

italiane e straniere e iniziative di orientamento al mercato del lavoro, si occupa di gestire ogni anno, attraverso il proprio sito web, annunci di lavoro e stage per studenti e laureati di oltre 1500 aziende. Attraverso alcuni strumenti come appunto il Servizio Ricerca, il Servizio Comunicazione, il TTO e il Career Service si fa un'attività di promozione dei servizi offerti e delle opportunità disponibili. Molto infine è lasciato ai contatti e alle relazioni personali dei nostri docenti e dei nostri ambasciatori: i nostri allievi».

Secondo lei perché le pmi si sentono ancora lontane dal mondo accademico?

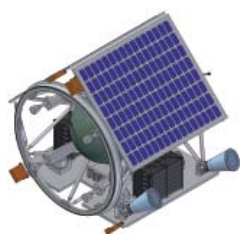
«Credo che dipenda in particolare da due fattori: in primis i tempi di risposta. Non è in discussione, infatti, la professionalità e la competenza, quanto qualche volta la capacità di essere in grado di fornire una risposta nei tempi richiesti. In questo dobbiamo ancora migliorare. L'altro fattore è costituito invece dal costo. Se si pretende un servizio di qualità in termini di professionalità e tempistica, si deve essere consapevoli del costo di investimento. L'attività di ricerca è un investimento e come tale ha un costo. Di questo spesso la piccola media impresa deve assumere maggiore consapevolezza. Il vero valore aggiunto è proprio il trasferimento dalle esperienze tra mondo accademico e industriale: le aziende con la loro unica e preziosa conoscenza del settore, del mercato, del prodotto devono avere la possibilità e credere di essere parte di un team affiatato e di lavorare insieme ai ricercatori per innovare e competere».

Case History?

«Ne esistono numerose, alcune molto note altre meno. Tra queste ultime ne cito due che hanno intrapreso con noi il percorso completo. La prima legata al rapporto con la Ergon Evolution, partito da una collaborazione con i Dipartimenti di Energia e di Elettronica e Informazione nell'ambito di una ricerca sulla termoregolazione dei caschi da moto e sull'abbigliamento sportivo. Il percorso di ricerca ha originato brevetti internazionali che avrebbero potuto essere licenziati. In questo caso invece sono stati sviluppati contatti con partner industriali potenzialmente interessati e si è scelto di dare origine ad uno Spin off che si inserisse in una nicchia di mercato del settore. Il secondo caso interessante è legato allo Spin off MPD: nato dalla sinergia tra il professor Cova e il suo team di ricerca e una piccola azienda lombarda, la Microgate Srl. Anche in questo caso il partner industriale era strategico, in quanto si trattava di una piccola azienda molto all'avanguardia nel campo dei dispositivi per il conteggio dei fotoni, una tecnologia estremamente avanzata i cui utilizzi vanno dalla microscopia alla genomica».



Un progetto nato tra i banchi di scuola darà vita a una sonda che verrà lanciata in orbita nel 2014 a dimostrazione che la sinergia tra università e aziende è possibile. E vincente



Lanciare una sonda progettata e costruita interamente da studenti universitari e metterla in orbita lunare, eseguire nuove misurazioni rilevanti per dimostrazioni tecnologiche degli strumenti imbarcati, acquisire immagini della luna e ritrasmetterle sulla terra a scopo scientifico e didattico. Questi gli obiettivi dell'European Student Moon

Orbiter (ESMO), un progetto dell'Agenzia Spaziale Europea (ESA) che coinvolge 21 università in 11 paesi con più di 250 studenti. L'Italia partecipa al progetto con ben tre squadre, due con sede al Politecnico di Milano e una all'Università dell'Aquila. La consapevolezza che il progetto nato sui banchi dell'università darà vita a una sonda che verrà lanciata in orbita nel 2014 regala agli studenti una grande gioia. «Sicuramente avere la possibilità di vedere applicate nella realtà le cose che abbiamo studiato o che stiamo studiando sui libri è un grande privilegio» affermano. **Luciano Galfetti**, professore del dipartimento di ingegneria aerospaziale del Politecnico, insieme ad alcuni studenti appartenenti alle due squadre coinvolte nel progetto ci hanno guidato alla scoperta di Esmo.

Com'è nato l'European Student Moon Orbiter?

«Questo progetto è nato su iniziativa dell'Agenzia Spaziale Europea che ha emanato un bando che aveva l'obiettivo di costruire un satellite totalmente progettato da studenti, con qualche supervisione e coordinamento del corpo docente. Si tratta di un satellite reale il cui lancio è previsto nel 2014 e per la prima volta l'Europa è arrivata prima dell'America. L'Agenzia spaziale statunitense ha emanato un bando simile un anno dopo di noi e attualmente il progetto è stato abbandonato».

Come siete organizzati?

«Le squadre del Politecnico coinvolte nel progetto sono due. La prima Propulsion System Liquid Feed (PSLF) è composta da 25 membri e si occupa dell'alimentazione liquida dei motori (tubature, valvole, regolatori di pressione); la seconda Attitude and Orbit Control System (AOCS) dovrà invece riconoscere, attraverso componenti posti su satellite, l'orientamento dello stesso nello spazio e modificarlo opportunamente».

Rendere concreto un progetto così complesso è difficile?

«Forse sulla base di altre esperienze pregresse, ESA ha cambiato un po' strategia, nel senso che anziché gestire in toto il progetto ha deciso di coinvolgere un partner industriale. Il bando è stato vinto una società inglese leader mondiale nel settore, la quale ha la funzione di coordinare e tirare le fila del progetto. Surrey Satellite Technology Ltd (SSTL), prime contractor di ESA per il progetto, offre ai partecipanti la possibilità di contattare i propri tecnici e ingegneri per avere ogni tipo di supporto tecnico sul lavoro da svolgere, oltre all'opportunità di partecipare a workshop in cui possono confrontarsi tra loro, in un ambiente internazionale, riguardo agli sviluppi presenti e futuri del progetto».

Lavorare a un progetto che mette in gioco tante competenze, vi ha fatto intuire se in voi è nata l'intenzione di dedicarvi a trovare opportunità di lavoro in un ambito come questo, come progettazione, costruzione e tutto ciò che riguarda i satelliti?

«Sicuramente sì. Fare, anche solo da studente, qualcosa di così impegnativo ottenendo ottimi risultati e soprattutto lavorare a un progetto reale regala molto entusiasmo e voglia di continuare su questa strada».

PMI e Competitività Executive Master



Sviluppo, Internazionalizzazione, Finanza,
Transizione generazionale delle Piccole e Medie Imprese

Master Universitario di primo livello • VI edizione, Marzo 2012 - Giugno 2013

Tagliato su misura per gli imprenditori
Formula integrata "AULA + FORMAZIONE A DISTANZA"
14 mesi - 21 giornate d'aula

SCONTO DEL 15% PER I SOCI CONFAPI

Lezione aperta gratuita: 2 dicembre 2011 a Milano. Occorre prenotarsi entro il 28 novembre 2011.

Sito del Master: www.unicatt.it/pmi **demo della formazione on-line:** www.unicatt.it/pmi-demo

Informazioni: Università Cattolica del Sacro Cuore - ALTIS, Alta Scuola Impresa e Società
Tel. 02 48517156; e-mail: altis@unicatt.it



L'eccellenza come risposta alla crisi

Innovazione e internazionalizzazione i due passaggi chiave per intraprendere la via della ripresa

È nel dna dell'imprenditore. Davanti alle difficoltà, per non chiudere l'azienda dove tanto si è investito, bisogna trovare vie alternative. E stringendo i denti, di fronte ai dati non proprio confortanti sulla produzione, alla mole di burocrazia che sembra lievitare, alle tasse che frenano la voglia di aprire i cancelli degli stabilimenti ogni mattina, l'industriale si rimette in gioco con la convinzione che non si esce dal "tunnel" con le strategie utilizzate negli anni passati. Parlare di innovazione in tempi di difficoltà di accesso al credito è arduo ma sembra essere uno degli ingredienti, insieme all'internazionalizzazione, alla personalizzazione e alla creatività, che potrebbe aiutare ad agganciare la ripresa. Quattro parole d'ordine che sono alla base di un sistema di eccellenza che proprio guardando al futuro e spingendosi sempre oltre, senza accontentarsi mai di quello che è stato raggiunto sino a quel momento, fa delle piccole e medie imprese un modello al quale guardano con attenzione e interesse tutti i principali Stati Ue. Un modello più unico che raro che affonda le radici nella storia e nella tradizione industriale del Paese. Quello dove il titolare d'impresa è spesso al fianco dei suoi dipendenti. Dove l'imprenditore non è solo il primo a entrare e l'ultimo a uscire, ma anche quello che è capace di guardare oltre. Di trasformare la materia prima in un prodotto finito dalle qualità inimitabili. Questa è la forza del tessuto produttivo della Penisola: avere fatto una scelta di campo radicale che è alla base del sistema, credere nell'economia e non

puntare sulla "finanza" fine a se stessa. E se per vincere, bisogna innovare e puntare sulla ricerca della qualità, ecco che le pmi sono pronte a raccogliere la sfida.

IL RUOLO FONDAMENTALE DELLE PMI

Per lasciare le spalle la crisi, le piccole e medie industrie – lo dimostrano i dati – hanno un ruolo da protagoniste. L'Italia, infatti, è tra i Paesi Ocse in cui il peso delle piccole e medie imprese è più rilevante, sia in termini di numero che di impatto sull'occupazione. Lo rivela un rapporto dell'organizzazione sull'imprenditoria che evidenzia come le imprese con meno di 10 dipendenti sono 3 milioni e 688 mila, il 94,4% del totale, e quelle con 10-20 dipendenti oltre 140 mila, il 3,7%. Le pmi rappresentano, infatti, un modello di sviluppo economico, che è diventato perno della

tante le peculiarità che fanno delle pmi il motore dell'economia: elasticità, disponibilità al cambiamento, adattabilità, intelligenza, genialità da mettere non solo nel colore o nella forma del prodotto ma nel modo in cui si individua e risolve un problema



ricchezza, del benessere e della coesione sociale del nostro Paese e nonostante le difficoltà economiche, continua a essere un punto di riferimento per il sistema produttivo. Nel territorio milanese, dove le imprese attive sono il 5,4% del totale nazionale e il 34,7% della Lombardia, le “piccole” portano con sé un bagaglio importante. Molte di loro, infatti, possono fare di Milano il motore dell’economia grazie alla loro attitudine a fondere l’elevata capacità di ricerca e innovazione tecnologica con la creatività talentuosa espressa dal sistema della scienza, della conoscenza e della comunicazione, che nel territorio ha raggiunto un livello di eccellenza. Lo testimonia anche un’elaborazione della Camera di commercio di Milano su dati dell’Ufficio italiano Brevetti e Marchi al 2009 e 2010: sono quasi 70 mila le domande di brevetto depositate in Italia nel 2010. In aumento del 4,1% rispetto al 2009. Tra le maggiori province, Milano detiene quasi un quarto dei depositi nazionali (23,2%, superano i 16.000, di cui 2.481 per invenzioni), seguita da Roma (12,9%) e Torino (7,9%). Il patrimonio del territorio, il giacimento di capitali umani e tecnologici che fanno del nostro sistema produttivo un caso unico a livello mondiale si possono dimostrare ancora una volta un modello vincente. Le componenti della Milano economica e sociale devono però dialogare tra di loro, attivandosi su progetti concreti a sostegno del manifatturiero.

IMPRESE ATTENTE ALLO SCENARIO INTERNAZIONALE

Dall’ultima indagine congiunturale effettuata dall’Ufficio Studi Confapi Milano è emerso che la percentuale delle industrie che esporta i propri prodotti verso il mercato europeo o extraeuropeo si attesta sul 30%. Le pmi si sono posizionate su nicchie produttive d’eccellenza per cui, di fatto, il loro mercato ha dimensioni e riferimenti globali, quindi mondiali. I mercati ipercompetitivi e le opportunità economico-produttive hanno inoltre sollecitato le imprese a ricercare soluzioni innovative e differenziate per migliorare la gestione dei processi di business, le proprie relazioni con la clientela, con i fornitori e per impostare percorsi di sviluppo aziendale più adeguati al nuovo scenario internazionale. Il processo di internazionalizzazione ha, infatti, un ruolo cruciale nella vita dell’impresa. In questa fase delicata, sono soprattutto le esportazioni a guidare l’economia, come attestano i dati Istat. Per questo, le pmi manifatturiere italiane che esportano gran parte della loro produzione costituiscono senza dubbio uno dei driver della ripresa.

Queste le storie di alcuni imprenditori associati che hanno vissuto la crisi rivedendo strategie e riorganizzando l’azienda, formando il personale, sviluppando innovazioni di processo e che testimoniano una positività del fare industria. Anche se non tutto può dipendere solo dalla voglia di farcela delle imprese.



è difficile parlare di innovazione in tempi di credito stretto ma ricerca, internazionalizzazione, personalizzazione e creatività sembrano essere gli ingredienti, che potrebbero aiutare a uscire dalla crisi



L'eccellenza come risposta alla crisi

LA MEDIGLIA FRUTTA



LA MEDIGLIA FRUTTA

L'impresa che coniuga qualità e comodità

L'azienda lodigiana ha lanciato sul mercato snack monoporzioni di frutta e verdura già tagliata e lavata destinati ai distributori automatici



Lo stabilimento di Casalmaiocco

Conciliare l'esigenza di prodotti freschi e salutari con la mancanza di tempo dedicata alla preparazione dei pasti che affligge le famiglie. **La Mediglia Frutta**, azienda costituita nel 1987, è riuscita in questo obiettivo realizzando una gamma di prodotti ortofrutticoli già pronti per l'uso, disponibili nei negozi e nei supermercati. Il tutto all'insegna della qualità. Situato in provincia di Lodi a Casalmaiocco, lo stabilimento di produzione, recentemente ristrutturato e ampliato, sorge su una superficie coperta di circa 3 mila metri quadri con celle frigorifere ed è dotato di quattro linee di lavaggio e sei di confezionamento, con macchinari di ultima generazione. **Giovanni Di Lecce**, A.U. ci ha raccontato l'avventura de La Mediglia Frutta.

Qual è il vostro core business?

«L'azienda è in grado di produrre insalate di IV gamma in vaschette, buste, flow pack in vari formati a secondo delle esigenze del cliente. Disponibili anche frutta e verdura già lavata e tagliata, come spiedini di verdure già pronti, cipolle rosse di Tropea Igp, mix di verdure per minestrone, puntarelle di catalogna. Particolare attenzione viene attribuita alla selezione della materia prima che avviene solo da fornitori qualificati che producono secondo il metodo della lotta integrata. I fornitori sono periodicamente controllati e verificati in campo per il rispetto dei disciplinari di produzione, dai tecnici agronomici de La Mediglia Frutta».

La qualità è quindi una priorità?

«La nostra azienda ha da sempre adottato metodi di lavorazione proiettati verso la qualità, applicandoli in ogni aspetto. I processi e l'ambiente di lavoro sono sotto il controllo costante di tecnici specializzati in gestione di Sistema Qualità e Sistemi di Autocontrollo HACCP. La qualità delle materie prime e dei prodotti finiti è regolarmente monitorata con analisi di laboratorio, i cui risultati sono utilizzati come input per il costante miglioramento dei processi produttivi ricavandone il valore qualitativo aggiunto atteso».

In un periodo di crisi molte aziende hanno reinventato se stessi dando vita a prodotti meno "tradizionali". È successo anche a La Mediglia Frutta?

«Ci siamo accorti che trascorrendo molte ore fuori casa, bambini e adulti non hanno a disposizione snack salutari. Abbiamo quindi dato vita a dei prodotti per distributori automatici che vorremmo fossero venduti ad esempio nelle scuole, negli uffici e in ambienti di transito (metropolitane, stazioni ferroviarie, aeroporti). Si tratta

di snack monoporzioni contenenti mela lavata e tagliata a spicchi, uva, stick di carote e finocchi, insalate monoporzione con kit di condimento. L'azienda fornisce prodotti di IV gamma anche in packaging da chili per la grande ristorazione collettiva. Le referenze sono disponibili in sacchi da 1 - 3 - 5 chili oppure su richiesta in packaging ad hoc».

INSALATA MONOPORZIONE *compreso kit di condimento: olio extra vergine di oliva, aceto (di vino bianco o balsamico), sale, forchetta, tovagliolo*



Alcuni prodotti de La Mediglia Frutta





SIRIO INFORMATICA E SISTEMI

Gira nel mondo il software «made in Milan»

Specializzata in soluzioni informatiche per l'industria, la milanese Sirio informatica e sistemi ha superato la crisi economica puntando sulla salvaguardia e sulla protezione del proprio parco clienti acquisito. Tutto ovviamente senza mettere da parte sviluppo e investimenti

«Siamo un'industria del software, nata nel 1974. Ci siamo subito connotati come sviluppatori di applicazioni software italiane per aziende italiane. Oggi occupiamo 150 dipendenti con tre sedi in Lombardia (Milano, Pavia e Gallarate), però il nostro respiro è a livello nazionale, facendo parte di Var Group, una realtà primaria dell'Ict con 900 addetti e 150 milioni di euro di fatturato». Se c'è una via italiana alle software houses, questa è ben rappresentata dalla Sirio, società milanese specializzata in programmi gestionali per l'industria, che ci viene presentata dall'amministratore delegato **Maurizio Sacchi**.



Maurizio Sacchi è l'amministratore delegato dell'azienda milanese che ha chiuso il 2010 con un fatturato di 11 milioni di euro

Quali sono le aree principali di attività?

«Sviluppiamo soluzioni software verticali dedicate ai settori della distribuzione nelle sue diverse declinazioni con particolare attenzione alla GdO, la produzione manifatturiera, la sanità privata con l'integrazione al SISS, il retail, il fashion, le lavanderie industriali il noleggio e la manutenzione di macchinari e impianti».

Per il target manifatturiero elaborate soluzioni verticali?

«Sirio da sempre realizza le applicazioni che sono il cuore dell'azienda, quindi contabilità, ciclo attivo, ciclo passivo, produzione e logistica. Abbiamo un laboratorio che sviluppa le soluzioni proprietarie e delle BU specialistiche e dedicate che parlano la stessa lingua dei clienti e ne conoscono le esigenze. In particolare abbiamo referenze nell'ambito delle aziende che producono su commessa, oppure che fanno manutenzione sugli impianti propri o per conto terzi e che necessitano una gestione completa di tutti i processi correlati. Le nostre soluzioni per la manutenzione e per la distribuzione sono certificate IBM come smart solution edition».

Che impatto ha avuto la crisi sulla vostra azienda?

«Abbiamo cercato di reagire puntando sulla specializzazione e partendo da una riflessione. Noi siamo anche co-produttori di Webgate400, un middleware che aiuta tutte le software house e i clienti finali a modernizzare le proprie soluzioni software scritte in RPG e in Cobol rendendole Windows e Internet native su piattaforma IBM Power System. Ci siamo quindi resi conto della potenzialità di Webgate400 e da sei anni, abbiamo portato questo prodotto sul mercato, acquisendo una rete di rivenditori molto importanti che lo utilizzano per modernizzare le loro applicazioni, e da due anni abbiamo iniziato il processo di internazionalizzazione di questo prodotto. In sostanza, abbiamo sfruttato il momento per studiare, per investire e per sviluppare nuovi prodotti che potevano essere fruibili al mercato non appena le imprese avessero ricominciato a investire. Così è stato».

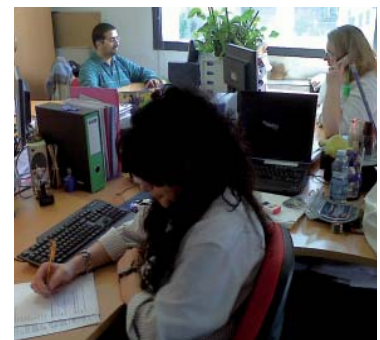


Sono cambiate anche le aziende clienti?

«No, non ci sono stati cambiamenti significativi. Sono tutte aziende di terza, quarta, quinta meccanizzazione e non si accontentano più della soluzione generica ma vogliono prodotti sempre più specialistici, ma questo va al di là delle conseguenze della crisi, che ha solo rallentato la domanda».

Avete allargato lo sguardo oltre i confini nazionali?

«Sì, abbiamo costituito una divisione per l'internazionalizzazione di Webgate400, anche perché l'esigenza di modernizzazione è comune in tutto il mondo. Siamo ormai consolidati in Spagna, Portogallo, Svizzera e Grecia, ci stiamo muovendo in Sud America e abbiamo appena avviato una collaborazione con Israele, con un prodotto e con persone italiane al 100%. Teniamo molto alla nostra italianità, come fattore di differenziazione competitiva dalla concorrenza straniera».



Nelle tre sedi di Milano, Gallarate e Pavia della Sirio operano 150 addetti



L'eccellenza come risposta alla crisi

omp
MICRO PRECISION s.r.l.

OMP MICRO PRECISION

Quando la differenza la fa la precisione

Tra le poche aziende a disporre di attrezzatura, stampaggio e tranciatura, la brianzola Omp ha saputo diversificare la propria attività riuscendo a risolvere complicati problemi tecnici per clienti internazionali



Il camice blu ci dice subito che siamo davanti a un «teco-impreditore»: è con la tenuta di lavoro che ci accoglie **Aurelio Rovelli**, fondatore nel 1973 e oggi amministratore unico della **Omp Micro Precision** di Agrate Brianza, azienda specializzata nella costruzione stampi e stampaggio di alta qualità che, con una trentina di addetti e un fatturato di 3,5 milioni di euro, ha oltrepassato con successo la soglia critica del biennio più duro dell'industria italiana. «Nel 2009 abbiamo fatto ricorso agli ammortizzatori sociali per l'area di produzione. Ma abbiamo fatto anche un investimento importante acquisendo una pressa a iniezione da 400 tonnellate e allargando così la platea dei clienti, tanto che nel 2010 abbiamo incrementato il fatturato del 50%».

In sostanza, vi ha salvato la diversificazione?

«Noi non operiamo con una rete commerciale, la nostra reputazione è generata dal passaparola. Veniamo contattati da clienti che hanno un problema tecnico, relativo allo stampaggio di componenti plastici o metallici, e facciamo di tutto per risolverlo. Oltre a servire diversi mercati e settori – dall'automotive all'avionica, dal paramedicale al sanitario – forniamo un servizio completo perché siamo tra i pochi ad avere attrezzatura, stampaggio e tranciatura nella stessa azienda. A ciò si aggiunga che l'investimento nella tecnologia e nel parco macchine è sempre stato una nostra prerogativa, tanto che la prima Elettroerosione macchina con motori lineari in Europa l'abbiamo installata noi. Non solo: disponiamo anche di una piccola camera bianca per la produzione degli aghi ipodermici per la chirurgia estetica e la chirurgia antitumorale cutanea».

Quali sono stati i passaggi più importanti della vostra storia aziendale?

«All'inizio lavoravamo molto per la nascente industria elettronica, ad esempio per l'Ibm, curando la progettazione, la costruzione degli stampi e la tranciatura delle molle di contatto per tutta la componentistica. Poi vent'anni fa una grande azienda come la svedese Gambro ci chiese di trovare una soluzione per lo stampaggio dei filtri per dialisi renale. Da lì abbiamo cominciato a diversificare, una scelta molto impegnativa ma anche una chiave di successo».

Avete anche contatti con le università?

«Sì, abbiamo avviato un partenariato triennale con il Politecnico e l'Istituto Ortopedico Galeazzi di Milano per la progettazione e costruzione di un bioreattore per la produzione di tessuto osseo e cartilagineo da impiantare negli interventi di ricostruzione, partendo da cellule staminali. Siamo anche in contatto con l'Istituto italiano di tecnologia di Genova partecipando al progetto del robot umanoide I-Cube, per il quale abbiamo prodotto la microturbina da 150mila giri».

Quindi le prospettive sono buone?

«L'ingresso in questo mercato dei produttori cinesi aveva creato un'aspettativa effimera per chi investiva sugli stampi, perché là non costano praticamente niente. In un primo momento, soprattutto i grandi gruppi multinazionali che sono stati i primi a spostarsi in Cina, ritenevano le nostre proposte troppo care e ci penalizzavano un po'. Poi, progressivamente, sono tutti tornati a cercare la qualità e l'affidabilità della produzione europea. Per questo sono ottimista».



Aurelio Rovelli,
amministratore unico
della Omp Micro Precision



VELCRO ITALIA Srl

Agganciare la ripresa con le chiusure a strappo

Velcro Italia Srl ha affrontato la crisi più facilmente rispetto ai competitor perché negli anni precedenti aveva già iniziato il processo di riduzione dei costi fissi, investito in innovazione e nello sviluppo del business in nuovi settori di mercato

La chiusura a strappo VELCRO® brand viene utilizzata nei più disparati settori di mercato: un po' dovunque, infatti, c'è da fissare o da chiudere. Il Gruppo Velcro ha vinto una sfida importante: scalzare l'etichetta autoadesiva dai pannolini e aiutare mamme e papà nel cambio dei più piccoli, promuovendo e diffondendo questa applicazione a livello mondiale.

Abbiamo parlato del Gruppo Velcro e della realtà italiana realizzata dal niente nel 1993 con **Vincenzo Ricci**, direttore generale di **Velcro Italia Srl**, un'esperienza da manager nel settore delle telecomunicazioni alle spalle e una visione proiettata al futuro con il Gruppo Velcro.

Chi è Velcro Italia e qual è il suo core business?

«Velcro Italia srl fa parte del Gruppo Velcro: una multinazionale americana leader nel settore delle chiusure a strappo, sia nei settori industriali che nel consumer. La realtà italiana fa parte di Velcro EMEA (Europe, Middle East & Africa) ed è l'unica rispetto alle altre



Vincenzo Ricci, direttore generale di Velcro Italia

filiali europee ad avere una piccola realtà produttiva, dedicata tendenzialmente ad attività di trasformazione (converting) dei nastri. Partendo da zero, la realtà italiana è arrivata a sfiorare i nove milioni di euro di fatturato nel 2008. «Noi muoviamo circa 15mila codici l'anno di solo hook&loop (gancio-asola) che combinati tra loro danno vita a decine di migliaia di prodotti. Si passa da chiusure leggerissime tipo quella di un pannolino skin-friendly a prodotti utilizzati per divise militari, giubbotti ortopedici, fino a includere applicazioni estremamente tecniche quali il fissaggio di impermeabilizzazioni di gallerie, dove è richiesta una tenuta fortissima».

Quanto conta per voi l'innovazione?

«In Italia si è sviluppato soprattutto il settore industriale perché, a differenza degli altri Paesi, abbiamo ancora aziende manifatturiere, anche se in quantità minore rispetto al passato. Abbiamo cercato di crearci noi stessi il mercato. Per questo l'innovazione è una componente fondamentale. C'è una buona sinergia a livello di gruppo tra Italia, Spagna e Usa e lo sviluppo di nuovi prodotti o la loro modifica per nuove applicazioni è fondamentale. Una parte sostanziale del nostro tempo è dedicata allo sviluppo di nuovo business. Per questo motivo Velcro Italia ha molto investito nella formazione per implementare il livello di qualità del proprio personale,



anche grazie all'inserimento in azienda di nuove figure giovani e altamente specializzate».

Che ripercussioni ha avuto su di voi la crisi?

«Il 2009 è stato un anno difficile, in linea con la tendenza europea: abbiamo chiuso l'anno con un calo medio di fatturato del 16%. Il settore Automotive ha registrato un calo del 60%, mentre solo alcuni settori, tra cui il Medico, non hanno sofferto.

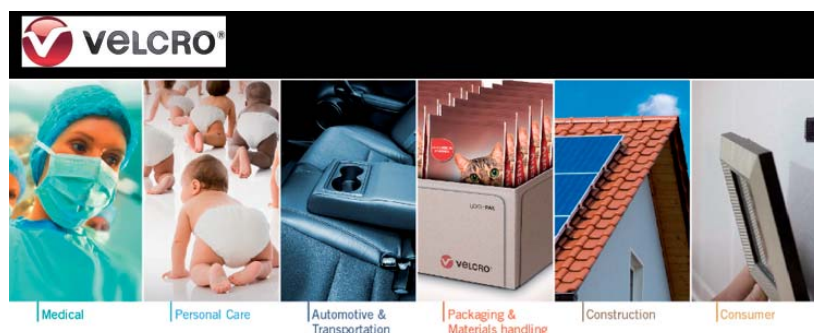
Nel 2010 siamo risaliti di un 10%. Il pieno recupero arriverà quest'anno in quanto – e incrocio le dita – il nostro piano prevede di raddoppiare il fatturato entro il 2015. Si tratta di un obiettivo ambizioso per raggiungere il quale è stato redatto e approvato dal Board of Directors del Gruppo uno Strategic Business Plan a 5 anni che coinvolge tutte le attività aziendali.

Velcro Italia ha comunque affrontato la crisi con un piccolo vantaggio sui competitor perché negli anni precedenti avevamo già iniziato il processo di riduzione dei costi fissi e avevamo investito e investito in innovazione e nello sviluppo di nuovo business».

Cosa rappresenta per voi il brand?

«Nell'ultimo anno è in corso un'operazione a livello di Gruppo per il ringiovanimento del brand che prevede la rivisitazione del logo. Il nuovo logo entrerà a pieno regime all'inizio del 2012. Il brand conta moltissimo perché identifica un'azienda leader che fa

della qualità e della serietà il proprio fondamentale approccio. È importante soprattutto nel mercato consumer che qui in Italia, pur non essendo al momento molto sviluppato, si avvale di partnership con importanti aziende del settore che distribuiscono il prodotto nella GdO».





L'eccellenza come risposta alla crisi



D.G.V. SRL

Come gestire 60mila diverse tipologie di lamiera

Dai grandi lotti alla flessibilità spinta: è la strada di successo intrapresa dalla D.G.V. di Arluno, che guarda al 2011 con ordini pianificati per tutto l'anno ma non riesce a trovare tecnici da inserire nel reparto produttivo

«La nostra vocazione è la lavorazione della lamiera conto terzi, su progettazione del cliente. Siamo partiti nel 1963 come una piccola carpenteria metallica e ci siamo sviluppati in più settori, sempre al servizio di clienti che costruiscono altre macchine, impianti, componenti, beni strumentali. Un tempo si producevano grandi lotti per grandi aziende, oggi la parola d'ordine è flessibilità»: in poche parole **Giovanni D'Argento**, responsabile tecnico e figlio del fondatore Vito, ci racconta come è cambiato il mercato per la **D.G.V.**, che oggi destina all'export quasi il 40% del suo fatturato.



Lo stabilimento di Arluno

Quali sono i punti di forza della vostra produzione?

«Per noi fondamentale è la qualità. È un nostro punto di forza offrire al cliente la massima qualità e precisione in qualsiasi settore e campo, che si tratti di un prototipo o di una produzione in serie. Abbiamo le macchine e le persone capaci di offrire il massimo in termini di qualità al cliente, consegnando il prodotto il più perfetto possibile. Inoltre considero la nostra capacità di collaborare col cliente, venendo incontro alle sue esigenze, un'altra forza della nostra azienda; abbiamo operatori, strumenti e uffici in grado di soddisfare le più svariate esigenze, dal prototipo per l'industria navale a quello in grande serie per industrie alimentari. Cerchiamo sempre di ottimizzare il nostro lavoro fin dalle fasi iniziali, cercando di produrlo con la massima velocità e la massima qualità a precisione, due fattori inscindibili per noi».

Quali sono i settori del vostro parco macchine e della vostra azienda che subiranno cambiamenti o rinnovamenti?

«Per quel che riguarda il parco macchine, cureremo maggiormente, a breve termine, l'aspetto della finitura e della logistica, introducendo, ad esempio, processi ancor più automatizzati e macchinari per la finitura. Ciò ci consentirà di offrire con maggiore precisione e qualità il prodotto al cliente, in modo da soddisfare le più esigenti richieste del mercato. Inoltre stiamo curando e aggiornan-

do l'aspetto commerciale dell'azienda, introducendo uno nuovo sito web e una nuova brochure».

Quanto è importante il mercato estero?

«Per noi, il mercato estero si concentra esclusivamente in Europa, principalmente in Svizzera e in Germania ma è indubbio che, nel giro di pochissimi

anni, il mercato estero occuperà una grande fetta della produzione. Oggi, infatti, il mercato estero occupa circa il 40% della nostra produzione».

Come si muove quello interno afflitto dalla recente crisi economica?

«Purtroppo il mercato interno è afflitto da una diffusa incertezza da parte di tutti; se nel passato il mercato nazionale richiedeva una produzione in grande serie, oggi richiede sempre di più prodotti specializzati, di alta qualità e prototipi. Confidiamo però in una ripresa globale del mercato nazionale, dove le qualità non mancano».



Giovanni D'Argento,
amministratore della D.G.V. Srl

Qual è stata la vostra reazione alla crisi? Com'è stata affrontata?

«La crisi per noi è stato un momento (ma crediamo lo sia stato per tutti) in cui è stato necessario mantenere i costi e sfruttare appieno ogni nostra qualità e ogni nostra potenzialità per cercare di offrire ai nostri clienti gli stessi punti di forza che abbiamo sempre garantito e che da sempre ci distinguono. La forza lavoro e le tempistiche sono state mantenute e questo è per noi un motivo d'orgoglio e oggi, dove si vedono alcuni segnali di ripresa, siamo pronti per ripartire più forti e competitivi di prima».



Il parco macchine all'avanguardia





ARTIGRAFICHE PAGANI SRL

Il business è questione di etichetta

Storia di una piccola azienda che compie 50 anni e compete con le grandi

L'evoluzione dei macchinari alle Artigrafiche Pagani



1961



«La malattia del padre nel 1951 a 15 anni, il lavoro in tipografia a Milano in un ambiente che non conoscevo e non mi piaceva perché "i sogni erano altri" ma con il passare degli anni è nata la passione tanto da far dire al mio maestro Angelo Baiocchi "porta a casa la mia pedalina così stampi come piace a te". Presi in considerazione la proposta e nel 1961 ebbe inizio l'azienda A.P.T. Achille Pagani Tipografia e il primo cliente lo ebbi dallo zio Alfredo impiegato nell'azienda Giulio Gianetti Ruote: i primi 2.000 fogli di carta da lettera». Abbiamo parlato con **Achille Pagani**, 75 anni, che rappresenta un'istituzione nel campo delle etichette. Un uomo innamorato della famiglia e del suo lavoro fin da quando con il fratello si divertiva a realizzare pergamene su pelle di pecora e a rilegare libri antichi. Ha ripercorso, con lo sguardo ben fermo verso il futuro, la storia delle **Artigrafiche Pagani**.

Qual è stato il momento che ha rappresentato una svolta per le Artigrafiche Pagani?

«All'inizio degli anni Sessanta, mio fratello si è licenziato ed è entrato nell'azienda, per assumersi la responsabilità gestionale e commerciale. Lavoravamo tanto ma facevamo fatica a tirare avanti, così ho deciso di chiudere l'attività. Poi mio cognato mi segnalò che a Lazzate c'era una casa libera con capannone; ho preso due macchine dal vecchio stabilimento e mi sono trasferito nel 1971. Nonostante i debiti, la voglia di fare l'imprenditore era tanta. Abbiamo iniziato a farci un nome quando abbiamo risolto un problema tecnico relativo ai registratori di cassa dell'Olivetti collaborando anche con il loro centro ricerche. Poi seguendo le fiere specializzate ho compreso che c'era una notevole domanda di etichette. Ci siamo così specializzati in questo campo».

L'etichetta è diventato il vostro core business?

«Sì, in modo particolare da quando abbiamo avuto a disposizione un materiale particolare come supporto per etichette di sicurezza».

Come ha fatto a entrare in contatto con questi mondi così esclusivi?

«Siamo stati noi a proporre la nostra soluzione tecnica alle grandi compagnie. Abbiamo organizzato diversi convegni a Torino e in Europa sui temi della sicurezza delle banconote o degli assegni, generando cultura sulle tecnologie di stampa. Ne è conseguita una forte credibilità dei nostri sistemi riconosciuta da aziende primarie».

E cosa è accaduto dopo quell'anno?

«Nel 1998 è fallita Olivetti che ha lasciato tanti piccoli fornitori in difficoltà. Noi avremmo dovuto chiudere ma, è arrivata una richiesta di etichette particolari. Un piccolo ordinativo che poi è cresciuto nel tempo e ci ha permesso di riprenderci».

Come avete vissuto la crisi?

«L'abbiamo avvertita nel 2009, quando patimmo una riduzione del fatturato del 30%. Però impostando bene il lavoro nel 2010 abbiamo recuperato. Abbiamo fatto solo qualche intervento correttivo, sfruttando la crisi come stimolo al miglioramento».

Come vede lo sviluppo per i prossimi anni?

«Guai se l'Italia e l'Europa non staranno un passo avanti agli altri Stati. Mi riferisco sia alla tecnologia sia agli scambi di informazioni in un ambito tecnologico così impegnativo. Condizioni irrinunciabili senza le quali una piccola e media impresa non può competere in un mercato così complesso».



L'eccellenza come risposta alla crisi

DE VECCHI FRATELLI

Formazione e nuovi macchinari sconfiggono la crisi

L'unità produttiva, che occupa una superficie di 4 mila metri quadri, è in grado di sviluppare oltre 60 mila ore lavoro annue impiegando impianti di produzione di nuova generazione

Dietro le macchine l'uomo. Alla De Vecchi è una realtà. Durante i sessant'anni nella meccanica di precisione e in vari settori di pertinenza la filosofia aziendale non è mai cambiata, tanto che i **fratelli Giovanni e Nicola** amano ripetere che «la grande risorsa dell'azienda è nelle competenze di personale con esperienza ultratrentennale». E l'attenzione nei confronti della persona si rispecchia anche in un'attenzione e una qualità elevata verso i componenti realizzati. La completa certificazione e tracciabilità dei componenti, il consenso guadagnato dai principali attori del comparto, la riduzione al minimo dei tempi di evasione degli ordini impiegando una struttura agile e sedimentati supporti di IT, fanno dell'azienda di Magenta una realtà esemplare. Ne abbiamo parlato con **Giovanni De Vecchi**, responsabile commerciale, e **Nicola**.



Alcuni prodotti della De Vecchi Fratelli

Come avete reagito alla crisi?

«Noi l'abbiamo patita dopo perché nel 2008 e 2009 lavoravamo per grosse commesse. Quando poi gli ordinativi si sono esauriti, il mercato si era completamente fermato, e a quel punto anche noi abbiamo sentito la crisi. Nel 2010 il fatturato era sceso di oltre il 20%. Abbiamo lavorato per migliorare il nostro mercato di sbocco sia ampliandolo geograficamente, sia ampliando la tipologia di settori, cui prima non ci rivolgevamo. Anche internamente siamo cambiati per offrire un servizio più ampio. I nostri clienti cercano una competenza e una qualifica più vasta della singola lavorazione. Gestiamo e abbiamo tracciabilità e responsabilità per una parte più lunga della catena produttiva. Sin dalla composizione della carpenteria o dall'acquisto di materiali base, gestiamo tutti i test distruttivi e non distruttivi, le lavorazioni, i controlli di qualità finali e la tracciabilità. Ormai vediamo che un lavoro eseguito perfettamente non è abbastanza se non ha anche dei documenti adeguati che dimostrino la sua qualità in ogni suo aspetto».

Questo impatta molto sulle caratteristiche del personale?

«Non è la macchina che determina la qualità del lavoro, ma la persona. Continuiamo a pen-

sare che chi lavora in ufficio è un tecnico e chi sta in fabbrica un manovale. In realtà qui usiamo macchine che hanno un normale computer e un programma specifico, quindi l'operatore oltre a saper usare il computer ha competenze tecniche elevate».

Trovare il personale è un problema?

«Il personale pronto non esiste; da una parte cerchiamo figure particolari che richiedono delle competenze che il mondo scolastico di oggi non spinge a sviluppare. Un ingegnere o un architetto si trovano più facilmente, perché è proposta l'idea che se ho possibilità vado in ufficio, se no finisco a fare un lavoro "sporco". Così un buon professionista tecnico si fa con l'esperienza, e chi ne ha di capaci è ben attento a tenerseli».

Quanto avete investito negli ultimi anni?

«Quando mio fratello ed io siamo entrati in azienda ci siamo trovati come dote una realtà molto stimata e con un buon prodotto, ma abbiamo investito sul riassetto complessivo, a cominciare dalla formazione del personale. Spendiamo molto; se un'azienda come la nostra cambia una macchina ogni tre anni, noi ne cambiamo due ogni 12 mesi. E stiamo parlando di linee o impianti di produzione, con fondamenta, che costano notevolmente».

Prospettive?

«Sembra che le condizioni stiano migliorando; i livelli di prezzi sono ancora molto bassi però il lavoro sta aumentando, ed abbiamo dei primi importanti ritorni dai nuovi mercati che abbiamo raggiunto. Inoltre questo periodo ha creato un'attenzione diversa al cliente, per cui ora puntiamo a diversificare la platea della clientela piuttosto che avere pochi grossi committenti. Abbiamo inoltre recentemente acquisito una società che fa prodotti complementari ai nostri, al fine di assicurare una maggior completezza nella fornitura e stiamo presentando i progetti per partire con la costruzione della nostra nuova sede. Credo questo dica più delle parole, che noi crediamo molto in un futuro positivo».

Imprese dal vivo



Chimica, industria del progresso

Proclamato dall'Onu "anno internazionale della chimica", il 2011 vuole celebrare le conquiste di questa scienza e il suo contributo al benessere dell'umanità

Un'occasione per il mondo per celebrare la chimica e il suo tributo fondamentale alla conoscenza, alla tutela dell'ambiente e allo sviluppo economico. Quest'anno, durante il quale ricorre il centesimo anniversario dell'assegnazione del Nobel per la chimica a Marie Curie, la scienza che studia la composizione, la struttura, le proprietà e le trasformazioni delle varie sostanze che costituiscono la materia, sarà la grande protagonista tanto che alcune pmi, come la **Chemetall Italia**, associata a Confapi Milano, hanno voluto aprire le porte degli stabilimenti per dare modo alla cittadinanza di comprendere come la chimica si possa rivelare anche l'alleata principale nella tutela dell'ambiente. In Lombardia sono circa 3 mila le imprese attive nella fabbricazione e distribuzione o importazione di prodotti chimici e fibre sintetiche tra prodotti chimici di base, pitture, prodotti farmaceutici, cosmetici ed esplosivi. Milano è una delle prime province per numero di attività nel settore. Da una recente rilevazione della Camera di commercio di Milano, che evidenzia come l'export lombardo nel 2010 sia cresciuto del 14% per un valore di quasi 94 miliardi di euro, è emerso che si esportano di più prodotti delle attività manifatturiere (97,5%) e in particolare macchinari (20,6% del manifatturiero), prodotti in metallo (17,3%), prodotti chimici (10,1%), prodotti tessili (10,1%). Il chimico, che impatta sul benessere e la qualità della vita dei cittadini, è un settore vitale teso quotidianamente a

individuare nuovi materiali, sostanze e applicazioni. Innovazione e ricerca diventano così il leit motiv di molte piccole e medie imprese, che nonostante siano alle prese con adempimenti molto gravosi, con una minore disponibilità di risorse, con la necessità di sapersi adattare alle logiche che caratterizzano i diversi settori di utilizzo – dall'alimentare all'edilizia – e con la difficoltà a entrare in contatto con la ricerca pubblica, hanno saputo reagire alla crisi. Nelle pagine seguenti alcune testimonianze di aziende che vivono di piccole e grandi rivoluzioni tecnologiche e contribuiscono allo sviluppo dell'area in cui si trovano. Magari da settant'anni, come la **Ive Vernici** che è diventata un'istituzione per il territorio brianzolo.

numerose le imprese chimiche associate che vivono di piccole e grandi rivoluzioni tecnologiche e contribuiscono allo sviluppo dell'area in cui si trovano



Chimica, industria del progresso



INCOMETAL NUOVA SRL

Se il metallo è nel cuore e negli affari

Le competenze acquisite dall'impresa lodigiana riguardano la valorizzazione, il recupero dei residui di zinco e rame e la produzione di sali e ossidi

Quella della **Incometal Nuova srl** è una storia iniziata nel 1966 partendo dall'esperienza dell'ingegner Lando Picchi nel campo del commercio di metalli. Da allora l'azienda lodigiana si è sempre più posizionata come produttrice di sali di zinco e altri derivati dello zinco, recuperando l'esperienza di applicazione dell'idrometallurgia dello zinco elettrolitico al recupero dei residui. Una "piccola" azienda che ha tutte le carte in regola per vincere la sfida con i grandi colossi. Ne abbiamo parlato con **Luca Picchi**, uno dei dirigenti della pmi di Borgo San Giovanni.



Luca Picchi,
uno dei dirigenti Incometal

Qual è il core business dell'Incometal Nuova?

«Trattiamo sottoprodotti di zincatura o residui contenenti zinco, soprattutto quelli per i quali non sono facilmente applicabili i processi pirometallurgici. Abbiamo anche una piccola produzione di solfosilato di sodio formaldeide, della famiglia degli idrosolfiti. Acquistando l'impianto e il know how da una grossa società, ho registrato il marchio del prodotto come "Rodite". In Europa siamo rimasti in due a produrre questo composto: noi e una grossa multinazionale tedesca».

Quando è scoppiata crisi, come avete reagito?

«Siamo legati al trend dei mercati delle materie prime e nel periodo 2006-2008 abbiamo assistito a degli exploit incredibili che ci hanno dato modo di sfruttare questa situazione. Poi si è verificato un brusco riallineamento dei prezzi e così abbiamo dovuto effettuare sconti anche del 50%. Il nostro prodotto ha però come mercato di sbocco un insieme di comparti numerosi e con dinamiche proprie fra le quali alcune, per fortuna, anticicliche. Se questo da una parte è una fortuna, dall'altra richiede una estrema flessibilità e una produzione differenziata che non può massimizzare i volumi e molto spesso richiede, per alcuni consumi particolari, l'appoggio a trader, quindi trasferendo parte del valore a questi intermediari».

Che problemi avete dovuto affrontare negli ultimi anni?

«I nostri concorrenti più grandi hanno cominciato a fare politiche di prezzo aggressive e poi c'è ciclicamente il problema dell'importazione dall'Asia. Abbiamo registrato un calo di fatturato del 30% ma siamo riusciti a non mettere nessuno in cassa integrazione fronteggiando anche situazioni contraddittorie: da una parte prezzi di vendita al ribasso, dall'altra materie prime in aumento. Sui residui

si è verificato un fenomeno strano, con forte recupero sui prezzi di acquisto per due ordini di fattori. Da una parte perché le zincerie hanno cominciato a lavorare di meno o in modo discontinuo e quindi non sono costanti i volumi dei residui offerti al mercato. Dall'altra parte vi è una crescente esportazione di residui di metalli non-ferrosi verso l'Asia che ha profondamente modificato le dinamiche dei prezzi. Questa situazione è ancora in corso e stiamo lavorando con margini bassi».

Che strategie avete utilizzato per uscire dalla crisi?

«In questi anni ci siamo concentrati sul trovare clienti diretti, bypassando ove possibile i trader: avere il rapporto diretto con cliente offre possibilità di acquisire informazioni importanti. Questa azienda però deve sopportare una serie di investimenti per macchinari e impianti necessari per adeguarsi a nuovi standard, costi che sono sempre più pesanti da sostenere. Dovremmo fare investimenti strutturali, magari pensando a forme di automazione per aumentare l'efficienza produttiva».

Che problemi vivete ogni giorno?

«Trattiamo una materia classificata come rifiuto e siamo considerati un impianto di trattamento rifiuti. Ciò è assurdo perché parliamo di materie che hanno un mercato solido, caratteristiche precise e sono trattate da molti anni dagli operatori del settore. Il loro prezzo è ancorato alla Borsa di Londra, a differenza di gran parte dei normali rifiuti destinati allo smaltimento. Abbiamo molti obblighi e anche un problema di formazione, legato alle diverse normative – per esempio quella dei rifiuti ma anche quelle specifiche dei settori in cui operiamo con i prodotti finali come agricoltura e zootecnia – e ai sempre più rigorosi standard di qualità dei processi».

Parlando in termini prospettiva?

«Siamo ancora dentro la crisi, è un percorso faticoso e sarà molto selettivo. Nel 2010 avremo un po' di fatturato in più, ma il problema sono i margini, praticamente inesistenti. Bisogna individuare degli utilizzi che richiedono per i nostri prodotti finali specifiche tagliate molto particolari, nicchie che, se non ci possono garantire grandi volumi, ci consentono però di lavorare con margini soddisfacenti. È lì che dobbiamo andare, perché abbiamo la duttilità produttiva per farlo. Pensiamo, infatti, che sarà solo la nostra capacità di adattamento che ci consentirà di superare questa difficile fase dell'economia».





INDUSTRIA VERNICI FERMO GALBIATI & C.

Settant'anni sempre con lo stesso smalto

Laboratorio e fabbrica, magazzini e struttura commerciale sono organizzati in ottica "Lean" per lavorare in modo che tutta la catena del valore sia dedicata al cliente

Nata ufficialmente durante la seconda guerra mondiale da un piccolo colorificio a conduzione familiare, la **Ive Vernici** è passata dal fornire un sempre più alto numero di clienti in nord Italia a estendere il proprio raggio di azione fino al continente americano. Tre generazioni si sono succedute alla guida dell'azienda che ancora oggi dopo molti anni rimane un punto di riferimento per Seregno ma che guarda al futuro (e all'estero) con immutata passione. Abbiamo incontrato **Alberto Galbiati**, direttore generale, per chiedergli se la Ive è pronta ad accettare nuove sfide.

Avete appena festeggiato un traguardo importante. Come coniugate tradizione ed innovazione? Quanto è importante per una realtà come la vostra il centro ricerca?

«Ive Vernici offre al mercato 70 anni di esperienza maturata esclusivamente nel settore dei prodotti per il legno, in un continuo progresso di specializzazione e approfondimenti dedicati all'industria del mobile italiana, particolarmente nei distretti della Brianza, del Triveneto e del Pesarese. I nostri clienti competono nel mondo grazie a un design esclusivo e alla capacità di innovare nel gusto delle proposte e nella qualità delle finiture: Ive è partner di numerosi mobilifici di punta, è attenta alle mode, impegnata a coniugare sempre qualità ed efficienza, eccellenza e produttività. Il nostro laboratorio è a sua volta promotore di innovazione grazie a un team inquadrato in una struttura tutta rivolta al cliente. Il centro di ricerca applicata è il cuore in cui la bontà delle nostre formulazioni è sottoposta a rigorosi test applicativi, ma anche luogo deputato alle prove dimostrative e alle messe a punto di nuovi cicli produttivi specifici per i clienti, che spesso partecipano ai lavori stessi».

Quanto pesa sul vostro fatturato l'export? Avete stabilimenti all'estero?

«Negli ultimi anni il peso dell'export si è stabilizzato in valori oscillanti fra il 40 e il 45% del volume d'affari sia attraverso distributori esclusivi che direttamente a clienti di grandi dimensioni, in varie parti del mondo. Segnalo in particolare la crescente presenza del Middle East (Libano, Israele...), il consolidamento di Regno Unito, ex Jugoslavia e Grecia, e le realtà dell'Est Europa (Ucraina, Polonia). Inoltre Ive vende in Cina e in Russia, ma anche in Centro America (Cuba e Guatemala). Un capitolo a parte merita il Brasile, in cui operiamo anche tramite la nostra consociata Ive do Brasil, che dal 2007 ha avviato una produzione, oggi vicina ai 2 milioni di litri annui. Lo stabilimento si trova nello stato del Rio Grande do Sul, terra di italiani e di mobili, mentre la struttura commerciale è ramificata per filiali operative a Santa Caterina, Paranà, San Paolo, Minas Gerais e Espirito Santo».



Come avete affrontato la crisi? Avete messo in atto qualche strategia particolare?

«La strategia messa a punto in IVE è stata caratterizzata da un'impronta chiara: servizio. Tutti gli interventi sono votati al miglioramento dell'offerta alla clientela



Alberto G. Galbiati, direttore generale IVE Srl

in termini logistici, tempi di consegna e messa a punto di prodotti speciali, oltre che nell'estrema personalizzazione delle vernici. Di fatto in IVE non esistono più prodotti standard e tutti vengono elaborati e ottimizzati nell'unica finalità di soddisfare il singolo cliente. L'estrema specializzazione rivoluziona le procedure amministrative e gestionali, ma caratterizza un'offerta in cui qualità e servizio occupano il primo posto sempre e comunque. Laboratorio e fabbrica, magazzini e struttura commerciale sono, infatti, organizzati in ottica "Lean" per lavorare in modo che tutta la catena del valore sia dedicata al cliente finale, nella ricerca della massima flessibilità e agilità. È una sfida continua e sicuramente difficile, ma anche l'unica via percorribile per "dimenticare" la crisi».



Alcune immagini dello stabilimento di Seregno





Chimica, industria del progresso

Chemetall

CHEMETALL ITALIA SRL

La ricerca va in profondità per trattare le superfici

Novanta dipendenti, 3 laboratori, 30 mila metri quadri di stabilimento sono stati aperti alla cittadinanza in occasione di "Fabbriche aperte"



«Gli investimenti fatti in termini di sicurezza, la crescita del fatturato e della produzione, l'attenzione alla formazione del personale, la continua ricerca di collaborazione con l'amministrazione e gli istituti scolastici parlano da soli e dimostrano concretamente come una pmi come la Chemetall – che siamo orgogliosi di avere come nostra associata - si riveli un'opportunità di ricchezza per il territorio e la comunità locale».

Così **Stefano Valvason**, direttore generale di **Confapi Milano**, è intervenuto alla giornata organizzata da **Chemetall Italia** durante la quale l'azienda, nell'ambito dell'anno internazionale della chimica, ha aperto alla cittadinanza le porte dello stabilimento. Una

giornata nella quale la pmi ha mostrato laboratori, uffici e magazzini agli studenti del quarto anno dell'**istituto superiore Jean Monnet** di Mariano Comense (ai quali è stato rivolto un concorso ad hoc), alle autorità e ai giornalisti, ai fornitori e a cittadini "comuni" curiosi di scoprire

il mondo Chemetall. Una realtà, quella dell'azienda chimica, molto vasta; fa, infatti, parte di **Rockwood Holdings**, una multinazionale quotata in borsa a New York, le cui attività sono focalizzate su prodotti e processi per il trattamento chimico di superfici in metallo e plastica, così come nella chimica fine. Il gruppo ha diverse divisioni: industria automobilistica, componentistica, industria del coil, deformazione a freddo, general industry, industria aerospaziale, Al Finishing. I volumi del fatturato 2010 del gruppo sono 3 milioni di dollari per 9.600 dipendenti distribuiti in tutto il mondo. Il Gruppo Rockwood ogni anno premia lo stabilimento che, fra i 97 siti produttivi presenti in tutto il mondo, ha dato maggior dimostrazione di innovazione e miglioramento al suo interno, soprattutto in termini di ambiente e sicurezza. Grazie all'impegno e alla dedizione di tutti i suoi dipendenti, specialmente in materia di salute, sicurezza e cura del proprio posto di lavoro, quest'anno lo stabilimento italiano ha ricevuto il titolo di **"Plant of the Year 2010"**. A guidarlo **Daniela Polzot**, che con mano d'acciaio e guanto di velluto, dirige 90 dipendenti. Le abbiamo chiesto di spiegare la realtà Chemetall Italia.

Stefano Valvason, direttore generale di **Confapi Milano**, mentre ritira la targa offertagli durante la giornata "Fabbriche aperte"

Cos'è la Chemetall Italia e come ha affrontato la crisi.

«L'azienda è nata nel 1992 e si è insediata in questo stabilimento costruito nel Sessanta. Come mercato, seguiamo l'Italia, l'ex Jugoslavia, la Grecia, la Romania, la Bulgaria, la Polonia e poi produciamo per le altre consociate. Le persone che lavorano nell'area commerciale hanno un background tecnico; non sono semplicemente dei venditori ma devono avere delle conoscenze di chimica perché vogliamo fornire al nostro cliente non solo la vendita pura del prodotto ma anche l'assistenza. Si è passati da un fatturato di 24 milioni di euro nel 2009 a 29 milioni di euro nel 2010. L'obiettivo del 2011 è 31 milioni di euro. Ci sono paesi come Germania e Francia che stanno tornando a livelli precrisi, in Italia purtroppo ci sono invece settori che stanno rallentando nuovamente; tra i nostri clienti, ad esempio, si avverte ancora molta difficoltà finanziaria legata anche a un mercato instabile soprattutto per chi lavora con la Grecia».



Daniela Polzot,
ad della Chemetall Italia Srl

Quanto conta per voi il binomio ricerca e innovazione?

«A Francoforte si trova il centro R&D (Ricerca e Sviluppo) che opera per tutto il gruppo: un team apposito di persone che si dedica alla ricerca e dà vita a numerosi progetti con le università, puntando a introdurre nel mercato nuovi prodotti che siano all'avanguardia. Il nostro laboratorio in Italia collabora con quello di Francoforte nell'ottica di sviluppare e seguire quelle che sono le esigenze dei clienti. Abbiamo 3 tipi di laboratori nei quali lavorano 15 persone: un laboratorio tecnologico dove si fanno prove dedicate per i clienti, uno analitico dove analizziamo i bagni che ci danno i nostri clienti e uno dedicato al controllo qualità».



Alcune immagini dell'evento svoltosi alla Chemetall



INDUSTRIA CHIMICA ICAP-SIRA SPA

La primaria importanza della chimica secondaria

La società investe oltre il cinque per cento del proprio fatturato in nuove risorse produttive, strutturali e tecnologiche a totale vantaggio dei suoi clienti

Un bagaglio di esperienze di oltre sessant'anni, uno sforzo particolare costantemente riservato alle necessità di compatibilità ambientale delle quattro unità di produzione, la considerazione per l'aspetto qualitativo dei prodotti e servizi come elemento determinante per acquisire vantaggi in un mercato altamente competitivo, la movimentazione logistica automatizzata nell'unità di Parabiago fanno della **ICAP-SIRA Spa** una società proiettata nel futuro, che investe annualmente oltre il cinque per cento del proprio fatturato in nuove risorse produttive, strutturali e tecnologiche a totale vantaggio dei suoi clienti. Abbiamo parlato con **Marco Medini**, amministratore delegato della Icap Sira, di nobilitazione delle superfici, della storia dell'azienda e delle prospettive della pmi associata a Confapi Milano.



Marco Medini,
amministratore
delegato
della Icap-Sira Spa

Come ha inciso la crisi sulla vostra attività?

«Il 2008 era ancora un buon anno in termini di fatturato mentre nel 2009 c'è stato un crollo ma ne siamo usciti abbastanza bene accelerando l'acquisizione che avevamo in atto. Nel 2010 c'è stata una certa ripresa ma tuttora il grosso problema è rappresentato dai materiali. Nell'arco di 15 mesi, infatti, certe materie prime siamo stati costretti ad acquistarle al doppio. I nostri clienti non sono abituati ad avere revisioni mensili ma trimestrali e semestrali e così non potendo effettuare delle correzioni minimali, i margini si sono assottigliati e ci hanno obbligati a dare vita ad azioni correttive».

Siete percepiti come un valore aggiunto per l'economia del territorio?

«Quando la società è partita intorno non c'era nulla tanto che lo stabilimento era circondato da campi. Con la successiva espansione dell'abitato abbiamo spostato delle produzioni che non erano compatibili con il residenziale. Tantissime le persone del territorio che lavorano o hanno lavorato presso di noi. In pratica crediamo possa ancora sussistere un'industria chimica all'interno di una città. Ha un costo ma se il business può assorbirlo la compatibilità c'è».



L'unità produttiva di Parabiago

Il vostro è un business to business?

«I nostri prodotti appartengono alla categoria della "chimica secondaria". Vengono cioè utilizzati da altre aziende per la produzione di un'ampia varietà di prodotti finiti che usiamo normalmente nella vita quotidiana, anche senza saperlo. Sono presenti nelle pitture che decorano i muri di casa, nei tessuti che usiamo e indossiamo, nell'auto, nelle etichette dei prodotti che acquistiamo, nelle soles delle scarpe».

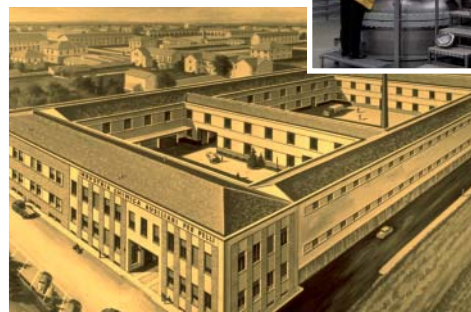
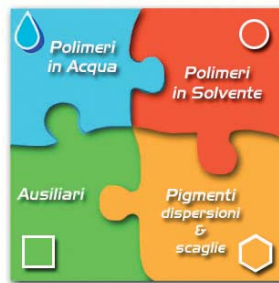
«Noi facciamo un lavoro che i grandi non sono portati a fare. Riusciamo a essere forti nel mercato italiano grazie a localizzazione, tempi brevissimi di risposta nella risoluzione dei problemi e personalizzazione. La nostra scommessa è riuscire a fornire questo servizio anche all'estero».

Qual è il vostro valore aggiunto rispetto ai colossi della chimica?

«Noi facciamo un lavoro che i grandi non sono portati a fare. Riusciamo a essere forti nel mercato italiano grazie a localizzazione, tempi brevissimi di risposta nella risoluzione dei problemi e personalizzazione. La nostra scommessa è riuscire a fornire questo servizio anche all'estero».

Crescere, per una pmi, significa andare all'estero?

«Il 75% del nostro volume è venduto in Italia; siamo presenti in tantissimi paesi ma ci servirebbe un livello di internazionalizzazione più elevato. Vogliamo iniziare a guardare anche all'Africa e provare i paesi scandinavi. Ovvio che chi è integrato a monte sulle materie prime, come francesi e tedeschi, ha un vantaggio. Per crescere dovremmo aumentare le vendite all'estero».





EDERPLAST NASTRI SRL

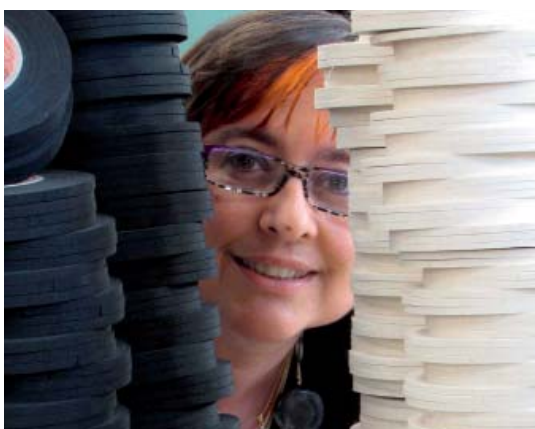
I nastri che agganciano la ripresa

L'azienda di Dorno ha fatto dell'innovazione tecnologica e della ricerca e sviluppo i veri punti di forza per poter conquistare e soddisfare le richieste provenienti dal mercato

L'Ederplast Nastri Srl, grazie ad una continua politica di investimenti e ricerca, oggi si colloca tra le più significative aziende italiane nell'area di produzione dei nastri autoadesivi tecnici. È attiva in settori – calzaturiero, dielettrico, farmaceutico, grafico e quello relativo agli allestimenti fieristici – che richiedono proprio per la loro ampia portata non solo, professionalità e competenza, ma anche e soprattutto aggiornamenti e rinnovamento continui. Ricerca e sviluppo sono così diventati il leitmotiv dell'azienda pavese che ha saputo negli anni offrire alla sua clientela nastri adesivi per la fabbricazione delle calzature, ad esempio per il fissaggio di tomaie e soles, biadesivi che servono per la posa delle moquette, dielettrici per i cablaggi nelle automobili, poi ancora i nastri con bordo a zig zag per gli sportivi. Tutti prodotti prestando la massima cura e attenzione. Con **Beatrice Moraschi**, rappresentante legale di Ederplast Nastri, abbiamo ripercorso il successo dell'azienda di via C.C.Bonacossa a Dorno.

Quando siete nati?

«Nel 1959 mio padre dopo aver lavorato per pochi anni presso una grossa azienda farmaceutica, volle mettersi in proprio per produrre cerotti medicali e così acquistò una piccola macchina per la produzione che mise nel garage di casa e andò in giro con un primo campionario. Si orientò anche verso il settore dei nastri per i manubri delle biciclette, allora il



Beatrice Moraschi, rappresentante legale di Ederplast Nastri

mezzo di locomozione più usato, ma anche in altri settori artigianali proponendo nastri per utilizzi diversi. In concomitanza con l'incremento dell'attività acquistò prima una spalmatrice e poi nel 1969 il terreno qui a Dorno dove due anni dopo realizzò il primo stabilimento».

Come lavorate oggi?

«Produciamo il nastro partendo dalle materie prime, creando internamente la massa adesiva che è a base di caucciù malese e diversi tipi di resine chimiche. Il collante è poi spalmato su supporti di-

versi come nylon, cotone o poliestere, avvolti in bobine da 5 mila metri che poi vengono trasformate in bobine più piccole – circa 50 metri - e tagliate nelle diverse misure e larghezze necessarie».

Con il passare del tempo avete diversificato la produzione?

«Sì, soprattutto negli ultimi anni. A seguito della crisi attraversata dal mercato delle calzature in Italia, sia nel vicentino che nelle Marche, abbiamo cercato sbocchi in altri canali. Abbiamo trovato applicazioni interessanti nel settore elettrico, in particolare per i cablaggi dei cavi negli elettrodomestici e nei motori delle automobili per ridurre le vibrazioni e la rumorosità dei motori. Inoltre per il settore sportivo produciamo il "tape", cioè il nastro con i bordi a zig zag utilizzato dagli atleti».



Lo stabilimento della Ederplast Nastri a Dorno





Carmine Pallino, esperto di fiscalità di impresa



Reti di impresa, gli accordi tra pmi per ritrovare la competitività

Per competere sui mercati esteri e verso paesi dove l'imprenditoria è formata da imprese di maggiori dimensioni è necessario ricercare nuove sinergie, investire nel campo dell'innovazione di prodotto e di processo

Le risultanze del primo trimestre 2011 Istat pubblicato a fine maggio devono certamente indurre ad una profonda riflessione. Sul versante della crescita e dell'occupazione si evidenziano i maggiori problemi che affliggono l'industria. Nel primo trimestre 2011 il prodotto interno lordo è aumentato in Italia dello 0,1% sul trimestre precedente e dell'1% rispetto al primo trimestre del 2010. Il risultato congiunturale è la sintesi di un aumento del valore aggiunto dell'agricoltura e una sostanziale stazionarietà dell'industria e dei servizi. Nello stesso periodo il Pil è aumentato in termini congiunturali dello 0,5% nel Regno Unito e dello 0,4% negli Stati Uniti sul trimestre precedente. Rispetto al 2010 il Pil è aumentato rispettivamente del 2,3% negli Stati Uniti e dell'1,8% nel Regno Unito. La Germania, battendo le attese degli analisti, ha fatto registrare un incremento del Pil pari all'1,5% rispetto al trimestre precedente e questo risultato sembra confermare la crescita del 2,6% su base annua dopo il +3,6% raggiunto lo scorso anno. Dati di certo non consolanti per il Belpaese: **nel decennio 2001-2010 l'Italia ha realizzato la performance di crescita peggiore tra tutti i paesi dell'Unione europea**. Non va meglio sul fronte dell'occupazione. Rispetto al dato della cassa integrazione, l'Istat spiega che in media un quarto di quanti erano in CIG nel 2009 lo sono anche un anno dopo; uno su due ritorna al lavoro e uno su cinque non è più occupato. Al nord si registra un 64,2% dei rientri al lavoro.

AGGREGARSI, UNA STRATEGIA PER LO SVILUPPO

L'andamento del Pil e il dato dell'occupazione nel primo trimestre 2011 sono indice dei forti problemi che il nostro Paese incontra nel tornare a crescere. I dati forniti danno conto della generale difficoltà a confrontarsi con le imprese-clienti nazionali e con i concorrenti nei mercati esteri in maggiore sviluppo. Come reagiscono le piccole e medie aziende che all'80% lavorano per il mercato interno? Cercano di rafforzare la loro penetrazione verso i mercati

Questo articolo è curato dal Servizio Fiscale "Consulenza societaria gestionale e fiscale" di Confapi Milano. Per informazioni o approfondimenti contattare il servizio ai seguenti recapiti: **Tel. 02.67140221/268 - Fax 02.89954139** indirizzo mail: **fiscale@confapimilano.it**



esteri. Nel gergo degli economisti questo fenomeno si chiama **export led** ed è, per l'appunto, lo schema prevalente che l'economia tedesca sta applicando. Per competere sui mercati esteri e verso paesi dove l'imprenditoria è formata da imprese di maggiori dimensioni è necessario ricercare nuove sinergie, investire nel campo dell'innovazione di prodotto e di processo, finalizzando l'apporto di uomini e mezzi. Sulla base delle rilevazioni Istat i gruppi quali legami formalmente strutturati che possono crearsi tra imprese ammontavano a inizio 2003 a poco più di 73 mila con un incremento netto che sfiora le 8 mila unità rispetto al 2000. Nel 2007, sulla base delle più recenti indicazioni fornite da **Unioncamere** sono circa 184 mila. In effetti, oltre a quanto risulta dall'evidenza empirica le imprese hanno creato, soprattutto negli ultimi anni, una serie di legami spesso informali e non soggetti ad una rigorosa disciplina giuridica. Quanto sopra conferma che nell'ambito delle varie relazioni in rete, gli accordi di collaborazione sembrano avere assunto un ruolo particolarmente rilevante soprattutto tra le imprese con meno di 100 addetti. I principali vantaggi derivanti dall'appartenenza a un gruppo di imprese per le pmi ci sono l'ottimizzazione dei processi produttivi (per il 44,2% del campione intervistato), il raggiungimento di minori costi di produzione (34,6%), benefici nella distribuzione (32,1%), e di carattere fiscale (12%). Questo scenario mal si concilia con le rinnovate tensioni nell'offerta di credito e con la necessità di ridurre l'indebitamento, anche per motivi fiscali (indeducibilità degli interessi passivi rispetto al ROL) se non in ambito di **detassazione**, essendo il nostro uno dei Paesi in cui il peso delle imposte è marcatamente alto.

RETI DI IMPRESA, AL VIA LA POLITICA DI INCENTIVAZIONE

Gli interventi e incentivi messi in campo a livello europeo e nazionale si sostanziano in una politica di incentivazione per le reti di imprese e rinnovate agevolazioni per le nuove assunzioni, soprattutto al Sud e in ambito locale. La rete di impresa in questo ambito, date le agevolazioni introdotte dalla Legge per investimenti a fronte di accordi fra diversi operatori del settore, rappresentano un'opportunità di investimento. La forma della rete di impresa, consistendo in un accordo di programma per investimenti congiunti e per attuare accordi sinergici tiene nella dovuta considerazione **l'individualità dei partecipanti** (fondamentale per preservare lo spirito competitivo) permette una sospensione della tassazione per gli utili accantonati per specifici programmi di investimento sulla base di accordi certificati dall'associazione di categoria di appartenenza. La detassazione prevista si calcola sugli **utili accantonati a fronte di investimenti in dipendenza del contratto di rete non distribuiti**. Essa quindi opera successivamente al conseguimento degli utili realizzati. Tra gli **esempi di agevolazione**, la circolare dell'Agenzia delle Entrate emanata il 14 aprile 2011 n. 15/E/2011 enumera:

- investimenti previsti dal programma comune di rete
- acquisto o utilizzo di beni (strumentali e non) e servizi e l'utilizzo di personale.
- costi relativi a beni, servizi e personale messi a disposizione da parte delle imprese aderenti al contratto di rete.

i dati Istat evidenziano la generale difficoltà a confrontarsi con i concorrenti nei mercati esteri in maggiore sviluppo

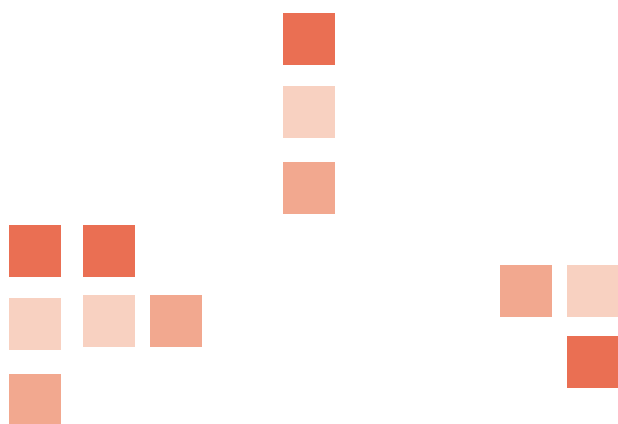
La cena conviviale svoltasi lo scorso giugno a Bernate Ticino durante la quale si è affrontato il tema delle reti di impresa



Le imprese aderenti ad un contratto di rete devono accantonare in un'apposita riserva una quota di utili di esercizio da destinare al fondo patrimoniale comune o al patrimonio destinato all'affare, che saranno detassati. Per i soggetti IRES il risparmio d'imposta deve essere è del 27,5% della quota agevolabile accantonata ad apposita riserva (comunque non superiore a 1 milione di euro). A prescindere da come si configuri la forma collaborativa tra imprese, il carattere distintivo agevolato delle aggregazioni imprenditoriali è quindi rappresentato dalla **migliore performance economica delle imprese "relazionate" rispetto alle micro e piccole imprese autonome**. Le istituzioni locali a loro volta offrono maggiore sostegno agli accordi di programma (Reti di Imprese) con singole iniziative a livello locale. Il 5 maggio il vicepresidente e assessore all'Industria e Artigianato di Regione Lombardia, **Andrea Gibelli**, intervenendo al primo incontro tra il sistema delle imprese e i consolati ha dichiarato: «Uno degli elementi che Regione Lombardia crede

essere decisivo è la rete d'impresa, la capacità di arrivare a mercati sempre più lontani in forme aggregate. Prima probabilmente questo non era necessario, ma oggi che anche la nostra regione è stata investita da questa grave crisi economica, è fondamentale andare su mercati sempre più lontani in maniera organizzata».

La maggiore attenzione a livello regionale si impenna in un quadro di iniziative per agevolazioni per l'adesione al sistema di rete e bandi per le nuove aggregazioni. Unitamente a ciò la Camera di Commercio di Milano ha chiuso il secondo bando per finanziare l'aggregazione nella fase di start-up. Diverse e ulteriori iniziative sono previste per i prossimi mesi e fino al 2013. Per approfondire questi e altri temi Confapi Milano si è resa promotrice di un incontro in concomitanza con la cena conviviale svoltasi lo scorso giugno durante la quale gli imprenditori hanno potuto trovare risposta a specifici quesiti applicativi ma anche trarre spunto dalla strategia aggregativa di alcune imprese associate.



tra i principali vantaggi di "fare rete",
l'ottimizzazione dei processi produttivi,
il raggiungimento di minori costi di
produzione, benefici nella distribuzione e
di carattere fiscale

In questa pagina, in senso orario,
Carlo Magani, componente di giunta di Confapi Milano
con delega al distretto Sud Ovest,
Carmine Pallino, esperto di fiscalità di impresa,
Stefano Valvason, direttore generale di Confapi Milano,
Luca Castigliero, presidente di Spedapi





Registro delle Opposizioni, stop alle telefonate indesiderate

Il Garante per la privacy ha fissato regole e obblighi precisi che il Registro delle opposizioni impone alle società che si avvalgono del telemarketing

In concomitanza con l'entrata in funzione del Registro pubblico delle opposizioni, introdotto dalla recente normativa che ha modificato le regole del telemarketing, il Garante per la privacy ha fissato (con un provvedimento pubblicato nella Gazzetta ufficiale) i limiti entro i quali gli operatori del settore potranno utilizzare i dati personali degli abbonati presenti negli elenchi telefonici per effettuare chiamate con operatore ai fini di invio di materiale pubblicitario, vendita diretta, ricerche o comunicazioni commerciali. **A partire dal 1 febbraio 2011, infatti, gli abbonati che non desiderano ricevere telefonate pubblicitarie dovranno iscriversi al Registro, gestito dalla Fondazione Ugo Bordonì.** E proprio per assicurare che la volontà dei cittadini venga effettivamente rispettata, il Garante ha imposto alle imprese una serie di obblighi.

- Le società che operano nel settore del telemarketing non potranno più contattare i numeri degli abbonati che si sono iscritti nel Registro.
- Se un abbonato ha chiesto a una determinata azienda di non essere più disturbato, quell'azienda dovrà rispettare la sua volontà anche se l'abbonato non si è iscritto al Registro.
- La singola azienda che abbia invece ricevuto in passato il consenso dell'abbonato a ricevere telefonate promozionali, potrà contattarlo, anche se questi è iscritto nel Registro. Tale consenso, che dovrà essere documentabile per iscritto al Garante, potrà comunque essere ritirato in qualunque momento. Con l'entrata in funzione del Registro viene meno anche la possibilità di utilizzare le numerazioni telefoniche contenute in banche dati comunque formate (comprese quelle costituite utilizzando i dati estratti dagli elenchi telefonici prima del 1° agosto 2005), senza aver prima acquisito un consenso ad hoc.

Questo articolo è curato dal Servizio Legale di Confapi Milano. Per informazioni o approfondimenti contattare il servizio ai seguenti recapiti: **Tel. 02.94969793 - Fax 02.93650936** indirizzo mail: legale@confapimilano.it

Per quanto riguarda le numerazioni presenti in pubblici registri, elenchi, atti o documenti conoscibili da chiunque (ad es. albi professionali) esse potranno essere utilizzate solo se le telefonate promozionali risultino direttamente funzionali all'attività svolta dall'interessato (sempre che questi non si sia opposto) o se il telemarketing sia previsto dalla normativa di riferimento. L'avvio del Registro non modifica le regole finora usate per la pubblicità via posta o effettuata con strumenti diversi dal telefono (ad es. posta elettronica, telefax, messaggi del tipo Mms o Sms, chiamate automatizzate senza operatore) che prevedono sempre e comunque la richiesta di un consenso preventivo e informato dell'utente. Il mancato rispetto delle prescrizioni dell'Autorità comporta **l'applicazione di una sanzione da 30mila a 180mila euro**, che potrà raggiungere, nei casi più gravi, i 300mila euro.

COME OPPORSI ALLE TELEFONATE COMMERCIALI

Dal 1° febbraio gli abbonati, i cui nominativi e numeri siano in elenco e che non desiderino ricevere telefonate pubblicitarie devono iscriversi al **Registro Pubblico delle Opposizioni**. La gestione del nuovo Registro è stata affidata, dal Ministero dello Sviluppo Economico – Dipartimento per le Comunicazioni, alla Fondazione Ugo Bordoni (FUB).

L'iscrizione è gratuita, ha durata indefinita e può essere revocata in qualsiasi momento.

Vi sono 5 modi per opporsi alle telefonate commerciali:

- Per raccomandata, scrivendo a: "GESTORE DEL REGISTRO PUBBLICO DELLE OPPOSIZIONI – ABBONATI" - UFFICIO ROMA NOMETANO - CASELLA POSTALE 7211 - 00162 ROMA (RM)
- Via fax: 06.54224822;
- Per e-mail: abbonati.rpo@fub.it;
- Tramite il numero verde: 800.265.265;
- Compilando il modulo elettronico disponibile nell'apposita "area abbonato" sul sito www.registrodelleopposizioni.it

Chi tutela gli abbonati se, nonostante l'iscrizione, ricevono una o più telefonate indesiderate?

Il cittadino potrà rivolgersi al Garante per la protezione dei dati personali o all'Autorità giudiziaria. Prima di rivolgersi all'Autorità giudiziaria o al Garante è bene però:

- accertarsi dell'avvenuta iscrizione al Registro;
- controllare che siano trascorsi 15 giorni dal momento dell'iscrizione (solo dopo questo termine, infatti, l'opposizione diviene effettiva);
- verificare di non aver prestato il consenso al trattamento dei propri dati per finalità di telemarketing allo specifico soggetto che ha effettuato la chiamata.

È importante sapere che sono state introdotte nuove regole a tutela del consumatore:

- chi fa la telefonata commerciale deve rendere visibile il numero chiamante;
- gli operatori, o i loro responsabili, al momento della chiamata, devono indicare con precisione agli interessati che i loro dati personali sono stati estratti dagli elenchi di abbonati, fornendo, altresì, le indicazioni utili all'eventuale iscrizione dell'abbonato nel registro delle opposizioni;
- l'informativa può essere resa con modalità semplificate.

Va ricordato che al Garante per la protezione dei dati personali sono state attribuite funzioni di vigilanza sul Registro delle opposizioni (artt. 4 e 12 del d.P.R. 178/2010). Il gestore del Registro (FUB) deve assicurare l'accesso al registro da parte del Garante per la protezione dei dati personali, per esercitare controlli, verifiche o ispezioni che risultino necessari secondo quanto previsto dal Codice in materia di protezione dei dati personali.

In caso di violazione del diritto di opposizione, nelle forme previste dal d.P.R. 178/2010 si applica una sanzione da 30 mila a 180 mila euro, che può raggiungere, nei casi più gravi i 300 mila euro (v. articolo 162, comma 2-quater del Codice).



con l'entrata in funzione del Registro viene meno anche la possibilità di utilizzare le numerazioni telefoniche contenute in banche dati comunque formate senza aver prima acquisito un consenso ad hoc

se un abbonato ha chiesto a una determinata azienda di non essere più disturbato, quell'azienda dovrà rispettare la sua volontà anche se l'abbonato non si è iscritto al Registro



Brasile, nuova frontiera del business

Crescita del reddito e della popolazione, vastità del territorio, risorse naturali unite a una forte identità nazionale fanno del Brasile uno dei protagonisti per quanto riguarda gli sviluppi futuri dell'economia e della politica sulla scena mondiale

La vittoria, con il 56% delle preferenze alle elezioni dello scorso ottobre, ha portato **Dilma Rousseff**, prima donna nella storia del Paese, a ricoprire il ruolo di presidente del Brasile. Il suo insediamento, avvenuto il 1 gennaio del 2011 ha dato un positivo impulso a una nazione che sta vivendo una fase di straordinaria espansione economica, una stabilità macrofinanziaria riconosciuta a livello internazionale e una consistente riduzione del numero di cittadini che vivono sotto la soglia della povertà tanto che, nei primi sette mesi del 2010, **la creazione di posti di lavoro è stata di 1.655.116 unità** (Fonte: Adnkronos). Secondo il Ministero del Tesoro brasiliano, l'economia dovrebbe, infatti, far registrare una crescita media annua compresa tra il 4,5% e il 5% dal 2011 al 2014. Tali cambiamenti sono evidenziati anche dalla relazione del Fondo Monetario Internazionale (FMI) dello scorso aprile che presenta i dati di crescita economica dei paesi avanzati e di quelli in via di sviluppo per il 2011 e 2012. Nel documento si indica che il Brasile Repubblica presidenziale con assetto federale suddivisa in alcuni stati principali quali San Paolo (250.000 kmq, capitale San Paolo); Minas Gerais (588 mila kmq, capitale Belo Horizonte); Rio de Janeiro (44 mila kmq, capitale Rio de Janeiro); Bahia (567 mila kmq, capitale Salvador) – sta adottando una serie di misure per assestare l'economia, equilibrare il tasso di cambio, aumentare le esportazioni e mantenere l'inflazione sotto controllo, restringere il credito e operare tagli nella spesa pubblica. Un recente rapporto della Banca Mondiale prevede che dal 2025 le sei maggiori economie emergenti – Brasile, Cina, India, Indonesia, Sud Corea e Russia – contribuiranno per più di metà della crescita globale, e il sistema monetario internazionale non sarà più dominato da una singola valuta.

Le notevoli risorse naturali pongono il Brasile in una posizione di vantaggio competitivo nella lavorazione di prodotti agricoli e primari, inclusi ferro ed acciaio. Tra i prodotti agricoli di prima necessità figurano soia, zucchero,

arance, tabacco, cacao, carne e pollame ma la forza del settore agro-alimentare è legata allo sviluppo di collegamenti tra l'industria alimentare e il settore agricolo. A livello industriale esiste un'estesa e diversificata attività produttiva, la quale spazia dall'ingegneria pesante ai beni di consumo, ed è concentrata principalmente nella regione sud-orientale, in particolare negli Stati di San Paolo, Rio de Janeiro e Minas Gerais. Nonostante le premesse, l'economia del paese è sempre più orientata verso il settore dei servizi che è cresciuto fortemente negli ultimi anni, modificando profondamente le proprie caratteristiche. Se un tempo prevalevano i servizi a basso valore aggiunto in cui potevano essere impiegati lavoratori senza qualifica, la trasformazione è avvenuta a favore del comparto finanziario e dell'impiego di professionisti con retribuzione elevata. La regione del sud-est, una delle cinque "macro regioni" in cui è suddiviso il Brasile (Sud-Est, Sud, Nord,

LA FEDERAZIONE BRASILIANA

Forma di governo: Repubblica federale

Superficie: 8,5 milioni kmq (2,2 volte l'Unione Europea, dopo l'allargamento a 25 paesi e 28 volte l'Italia)

Popolazione: 203.429.773 (stima CIA luglio 2011)

Lingua: Portoghese

Capitale: Brasilia (3.78 milioni cc)

Altre città principali:

San Paolo 19,96 milioni cc

Rio de Janeiro 11,83 milioni cc

Belo Horizonte 5,73 milioni cc

Porto Alegre 4 milioni cc

Valuta: Real (BRL), 1 = 2. 21 BRL (Real brasiliano)

Lorenzo Gottin



Le nuove frontiere della comunicazione digitale

Il sito internet deve essere per l'azienda non solo una vetrina ma un vero e proprio generatore di reddito, grazie all'integrazione di funzioni complesse, oggi più semplicemente implementabili grazie alle piattaforme di digital asset management

Partiamo da un paradosso-provocazione: il digitale non esiste. O meglio, non esiste in quanto realtà virtuale, ovvero come ancora oggi molti si ostinano a considerarlo. Esiste invece un'integrazione sempre più forte e diretta tra i diversi linguaggi, strumenti, mezzi e tecnologie della comunicazione. Andiamo verso una condivisione del sapere sempre più ampia, verso l'aumento esponenziale delle relazioni e delle conversazioni. Verso un rapporto sempre più stretto e partecipato tra la marca e il suo pubblico. Il target è scomparso, a favore di audience nuove e a volte insospettabili. Non bersagli più o meno mobili, ma persone vere, che si intrufolano nei canali più diversi, moltiplicando le intersezioni, le possibilità, le combinazioni, le voci e le opinioni. La collocazione geografica non ha più un peso, non è più vincolante. La distanza non esiste, e

chiunque ha diritto di parola e partecipazione, ovunque si trovi fisicamente. La rete non è che il prolungamento ideale del mondo reale, come una nuova piazza, che rimette in gioco tutte le gerarchie. Nella rete, nessuno è padrone in casa propria. Per questo è importante conoscere i propri pubblici, i propri interlocutori, pensare come loro, sia per aspetti più strettamente comunicativi sia per questioni strategiche.

IL SITO AL CENTRO

Oggi il sito internet per un'azienda non deve essere considerato come un'entità a sé, fine ultimo della strategia di comunicazione, ma come il perno della comunicazione digitale, il luogo – reale, non virtuale – dove si costruisce la relazione con le audience di riferimento. Non si parla più solamente di sito web, ma, più in generale, di una nuova presenza online, più matura, sinergica, efficace, moderna, capace di coinvolgere e incuriosire gli utenti, cercando di spingerli a interagire all'interno del sito e al di fuori di esso (forum, blog, portali...), di rivolgersi con contenuti dedicati ad audience eterogenee, e di ottenere un adeguato posizionamento nei motori di ricerca attraverso un'architettura Search Engine Friendly. In tal senso è fondamentale massimizzare l'efficienza, la velocità e la semplicità di accesso ai contenuti. Dietro a questi termini si concentrano la maggior parte dei pensieri e degli sforzi progettuali di un buon sito web: grafica e tecnologia sono solo mezzi per arrivare all'efficienza, non il fine ultimo. In concreto, ed in estrema sintesi, il sito internet deve essere per l'azienda non già una vetrina ma un vero e proprio generatore di reddito, grazie all'integrazione di funzioni complesse, oggi più semplicemente implementabili grazie alle piattaforme di Digital Asset Management.

FATTO SU MISURA

Uno degli esempi più immediati è il configuratore di prodotto, ovvero lo strumento online che agevola l'operazione di ordine di un prodotto, il partner migliore di chi vende - sia B2B che B2C. Può essere realizzato sia per l'utente finale che ad uso esclusivo della forza vendita, ed è uno strumento prezioso per un'azienda che voglia incrementare le vendite.

L'assunto di base è una forte integrazione tra il configuratore e i sistemi informativi in uso nell'azienda, e l'implementazione di un sistema di content management che gestisca gli aggiornamenti e li renda visibili in tempo reale. Ciò permette di velocizzare e semplificare il processo di gestione dell'offerta; di migliorare il rapporto tra l'azienda e i suoi agenti - o clienti - che possono essere informati tempestivamente su variazioni e novità; di proporre offerte precise, corrette, sempre aggiornate ed economicamente ottimizzate; di essere propositivi nei confronti del cliente offrendogli sempre la soluzione più adatta alle sue esigenze, e fornendogli una serie di informazioni utili già in sede di redazione dell'offerta, con ricadute positive in termini di customer satisfaction.

VISIBILITÀ CERCASI

Nell'attuale scenario competitivo online - che spesso non ha alcuna attinenza con quello fisico e in cui i rapporti di forza possono essere completamente ribaltati - è indispensabile un'intensa attività di web marketing per sfruttare al meglio tutte le opportunità di visibilità che i motori di ricerca e i social network possono offrire.

Contrariamente a quanto si potrebbe immaginare, una corretta ed efficace attività di Web Marketing non inizia nel momento in cui il sito è realizzato e pubblicato, ma contestualmente alla primissima fase di progettazione dello stesso. L'incipit è un'analisi molto dettagliata e su misura sui contenuti dei siti affini e di quelli dei competitors, sui siti driver di traffico potenziali e delle loro strategie di posizionamento, e sullo scenario online, al fine di

il sito internet per un'azienda non deve essere considerato come un'entità a sé stante ma il luogo dove si costruisce la relazione con le audience di riferimento

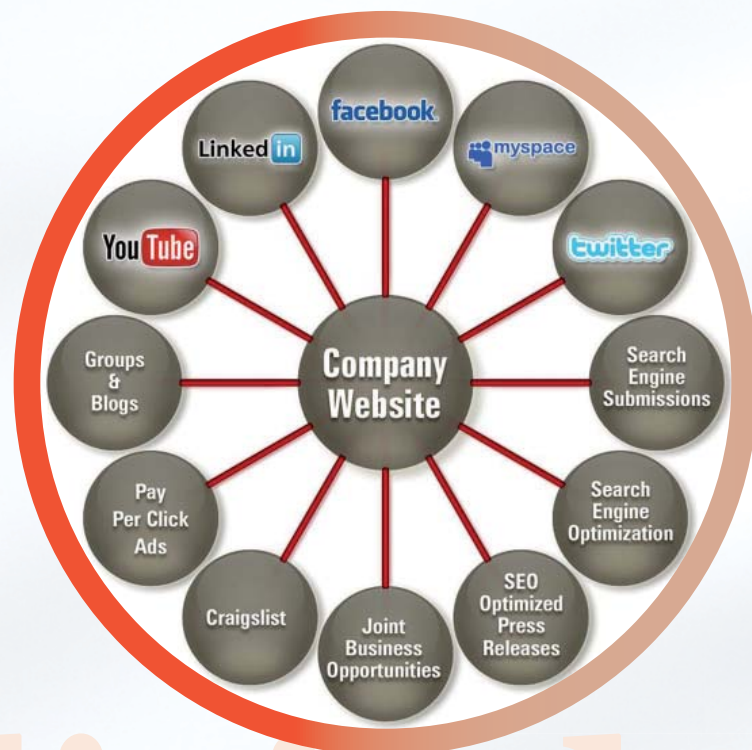
comunicazione



Le nuove frontiere della comunicazione digitale

individuare le potenzialità da sfruttare per posizionare il sito e definire il primo keyword set e i contenuti da veicolare. In funzione dei risultati di quest'analisi vengono ottimizzate sia le pagine del sito che i titoli e le descrizioni (ovvero i messaggi visualizzati sui motori di ricerca) al fine di renderli maggiormente appetibili per i motori di ricerca, e si creano di contenuti sfruttando le keyword individuate attraverso l'analisi.

Il passo successivo è l'avvio delle attività di link building e article marketing. L'algoritmo dei motori di ricerca attribuisce grande importanza ai link per decretare le classifiche dei siti nel motore stesso: quanto più un sito è popolare, tanto più i motori di ricerca tenderanno a renderlo visibile. Il link building sfrutta i dati ottenuti dall'analisi preliminare e si articola nell'utilizzo dei siti driver di traffico legati al settore di riferimento per dare visibilità al sito, nella registrazione su motori e directory generiche, e nella registrazione su motori e directory, siti, forum e blog specifici, con distribuzione di contenuti ad hoc per sostenere e promuovere il sito. L'article marketing, a sua volta, permette di attivare azioni di marketing nel mercato d'interesse tramite la pubblicazione di articoli in siti specializzati.



digitale



Lorenzo Gottin, amministratore delegato di Develon

Develon è una delle principali firme nel mondo della comunicazione digitale. Nata quasi dieci anni fa a Vicenza, ha ampliato la propria copertura territoriale arrivando a creare una nuova sede operativa nel cuore di Milano, che si aggiunge a quella storica vicentina.

La struttura, forte di oltre 50 tra creativi, grafici, programmatori, sviluppatori e management è suddivisa in tre business unit: Communication, che si occupa di creatività, design e comunicazione offline; Digital, in cui convergono le attività di progettazione di siti web e lo sviluppo di software e applicazioni web-based; e Content, specializzata nella produzione di contenuti cross e nelle attività di web marketing. A queste si aggiunge Fullycommerce, a tutti gli effetti un'unità autonoma destinata alla creazione e gestione di piattaforme integrate per l'e-commerce.

Develon vanta un portafoglio clienti di primo livello e in continua crescita, tra cui spiccano Ducati, Mini, Air One, Leica, Coin, Cariparma, Sigest, BFT, Dainese, Estel, Goretex, Cisalfa e Despar.

è indispensabile un'intensa attività di web marketing per sfruttare al meglio tutte le opportunità di visibilità che i motori di ricerca e i social network possono offrire

sommario mondo api

■ Affari Generali

pag. 52 Un'associazione da premio

■ Relazioni Industriali

pag. 56 Svolta per l'apprendistato

■ Estero

pag. 58 Export, burocrazia nemica delle imprese

■ Formazione

pag. 60 Puntare sul capitale umano per essere competitivi

■ Distretti

pag. 63 Brianza alla ricerca di (bravi) tecnici

pag. 64 Confapi e Codebri, insieme per sostenere l'occupazione

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. I funzionari sono a disposizione dal **lunedì al giovedì**, dalle 9 alle 18, e il **venerdì** dalle 9 alle 16.30.*



51

Un'associazione da premio

Nel sessantacinquesimo anno di attività Confapi Milano riceve dalla Provincia la medaglia d'oro di riconoscenza



Guido Podestà, presidente della Provincia di Milano, consegna a **Stefano Valvason**, direttore generale Confapi Milano e ad **Alberto Granata**, vice presidente di Confapi Milano, il diploma e la medaglia d'oro di Riconoscenza.

Importanti riconoscimenti sono stati conferiti all'associazione di viale Brenta e alle aziende associate. Lo scorso giugno nella sala Barozzi dell'Istituto dei Ciechi di Milano, alla presenza del presidente della Provincia Guido Podestà e del cardinale Dionigi Tettamanzi, Confapi Milano ha ricevuto il diploma e la medaglia d'oro di riconoscenza della Provincia di Milano, un riconoscimento per cittadini e associazioni del mondo culturale, sociale, artistico, economico, sportivo, legati al territorio del milanese e che si sono distinti nella propria attività a favore delle comunità. Molti associati hanno invece calcato il palco del teatro La Scala in occasione della premiazione della 22a edizione di Milano Produttiva.

A Confapi Milano la medaglia d'oro di riconoscenza

«Quello ricevuto dalla Provincia di Milano, per Confapi Milano rappresenta un importante riconoscimento che ci spinge a continuare a difendere i valori e a portare avanti con forza le battaglie che l'associazione sostiene da 65 anni a tutela dell'inestimabile risorsa che l'impresa, piccola e media, rappresenta per il territo-

rio lombardo». Così **Paolo Galassi**, presidente di Confapi Milano (3mila pmi associate per 70 mila addetti) ha commentato il riconoscimento tributato da Palazzo Isimbardi all'associazione di viale Brenta.

Nella sala Barozzi dell'Istituto dei Ciechi di Milano, alla presenza del presidente della Provincia **Guido Podestà** e del cardinale **Dionigi Tettamanzi**, **Alberto Granata** e **Stefano Valvason** – vicepresidente e direttore generale di Confapi Milano – hanno ricevuto a nome di tutti gli imprenditori associati il diploma e la medaglia d'oro di Riconoscenza. «La piccola e media impresa – conclude Galassi – con il suo scrigno di competenze, la sua flessibilità e determinazione, rappresenta la vera ossatura dell'economia milanese anche se quella dell'imprenditore è una figura troppo spesso inascoltata».

Nata nel 1946, Confapi Milano è arrivata oggi a contare 3 mila aziende associate con oltre 70 mila addetti, distribuite in tutti gli ambiti produttivi.

Molteplici i settori in cui l'associazione è al servizio delle imprese: dalla rappresentanza istituzionale al lavoro presso i più importanti

contesti di consultazione e contrattazione, dall'assistenza tecnica (previdenziale, fiscale, legale, finanziaria...) alla formazione continua, fino alla promozione di incontri e studi di settore. Per rafforzare la sua presenza sul territorio e andare incontro alle esigenze

di aree con insediamenti industriali particolarmente sviluppati, si avvale di proprie sedi dotate di apposite strutture, per Monza-Brianza, per la zona Sud-Ovest di Milano, per la provincia di Lodi e per la provincia di Pavia.

Milano Produttiva, premiate numerose associate

Se il Premio Milano Produttiva rappresenta un riconoscimento alle imprese e ai lavoratori che muovono Milano, tra i premiati non potevano mancare gli imprenditori associati. A salire sul palco del teatro La Scala, imprenditori e lavoratori delle industrie della **Assist Italia srl, Codevintec Italiana srl, Cofi spa, Delsar lame srl, Gammabus Srl, GVT Imballaggi Metallici srl, Longoni Engineering srl, Map spa, Nardi Elettrodomestici spa, New System sas, Temporiti srl**. L'evento ha voluto essere un riconoscimento importante a tutti coloro che con il proprio lavoro e impegno professionale, hanno contribuito giorno dopo giorno, alla crescita competitiva del sistema milanese d'impresa e della cultura imprenditoriale.

Questi i profili delle aziende o delle industrie dove lavorano i dipendenti premiati:

Nel febbraio 1981, quando il mercato informatico era dominato dai colossi, un gruppo di imprenditori decide di lanciare una sfida sui servizi HW ICT. Nasce così **Assist Italia srl**. Alcuni lustri dopo, con la scomparsa dalla scena dei prodotti Dec, l'azienda rivolge i propri servizi al mondo industriale, orientando la sua offerta alla riparazione di apparecchiature "orfane di supporto di assistenza tecnica", causa abbandono del costruttore o obsolescenza di prodotto. Oggi, pur continuando a presidiare il settore ICT, Assist Italia consolida sempre più la sua presenza in quello industriale con servizi di riparazione elettronica. L'organico vanta 42 operatori diretti, di cui 28 tecnici altamente specializzati, e una rete di 25 Service Partners sparsi sul territorio italiano.

Fondata nel 1973, **Codevintec Italiana srl** è uno dei maggiori distributori di strumentazione e know-how nel campo delle scienze della terra. Riconosciuta a livello internazionale ha fornito la strumentazione per le imprese italiane più importanti in ambito scientifico. Codevintec ha sempre operato a stretto contatto con le sedi centrali dei propri clienti, guadagnandosi così la fiducia di società ed enti di primaria importanza, come le forze armate e vari ministeri. L'azien-

da milanese ha portato sui mercati italiani sistemi innovativi efficaci, spesso diventati standard per gli studiosi di diversi settori (geologia, archeologia, geofisica marina, vulcanologi).

Cofispa produce forni e impianti per il trattamento termico in vuoto, in sale e in atmosfera controllata di prodotti finiti e semilavorati, ferrosi e non ferrosi. Gli investimenti sistematici nel cuore tecnologico degli impianti e la capacità di progettare soluzioni su misura fanno di Cofi un punto di riferimento nel mondo del trattamento termico. Nel corso degli anni, grazie all'attività costante di ricerca e sviluppo, la produzione si è arricchita di impianti automatizzati, dotati di controllo delle atmosfere di elevatissima affidabilità.

La società **Delsar lame srl**, fornisce da oltre vent'anni, prodotti di taglio industriale di qualità, mettendo a disposizione della sua clientela la sua vasta esperienza nel settore, per risolvere i vari problemi con soluzioni valide e, allo stesso tempo, economiche. Durante questo periodo, il titolare della Delsar lame, Pietro Sarni, ha risolto numerose difficili situazioni, collaborando attivamente con la clientela in numerosi settori industriali. In tali occasioni, sono state progettate e fornite numerose attrezzature di taglio, di concezione semplice ma efficace che hanno incontrato l'approvazione di molti importanti clienti.

Gammabus srl è una società commerciale finalizzata alla vendita di autobus e relative parti di ricambio. Costituita nel 1975 si è progressivamente sviluppata acquisendo risonanza nazionale nel settore del trasporto pubblico su gomma per le sue caratteristiche di professionalità, serietà e qualità dei servizi resi ai clienti. La sede operativa è situata in Assago in un edificio di 2.700 metri quadri, di cui 1.600 sviluppati coperti. Attualmente è titolare, in qualità di rappresentante di contratto per la promozione e vendita su tutto il territorio nazionale degli autobus della Casa belga Van Hool ivi compresa la distribuzione delle relative parti di ricambio per le quali opera in contratto di concessione. Da luglio 2010 opera anche in qualità di Centro Autorizzato Regionale per il Service per la



Un'associazione da premio

mandante Bredamenarinibus assicurando, tramite nominate officine autorizzate, l'assistenza in garanzia e full service degli autobus della casa di Bologna.

Dal 1954 **GVT Imballaggi Metallici srl** produce imballaggi metallici. La produzione comprende fustini e secchi cilindrici e tronco-conici in acciaio laminato a freddo, banda stagnata e acciaio inossidabile, da 10 a 70 litri di capacità, molti dei quali sono omologati per il trasporto di sostanze pericolose. Tra i loro clienti, industrie di produzione di svariati settori, in prevalenza del petrolchimico, dell'edilizia e dell'elettrodomestico. L'azienda di Bollate è in grado di realizzare imballaggi "su misura" partendo dalla progettazione fino al prodotto finale.

La **Longoni Engineering srl**, nata nel lontano 1931 come Angelo Longoni quale produttrice di tubi alettati e batterie a tubi alettati, si è evoluta negli anni fino ad arrivare alla Longoni Engineering srl ampliando la produzione anche agli scambiatori a fascio tubero. L'impiego degli scambiatori di calore avviene in tutti i campi produttivi in cui sia necessari raffreddare, riscaldare o condensare acqua, olio, gas. La possibilità di adottare geometrie costruttive diverse per diametro tubo, forma alette e posizione dei tubi, consente di proporre soluzioni specifiche richieste dal cliente; il progetto è ottimizzato per ottenere la corretta utilizzazione dei materiali per resa e durata negli anni mentre la costruzione e il collaudo vengono eseguiti in conformità ai più diffusi standard internazionali.

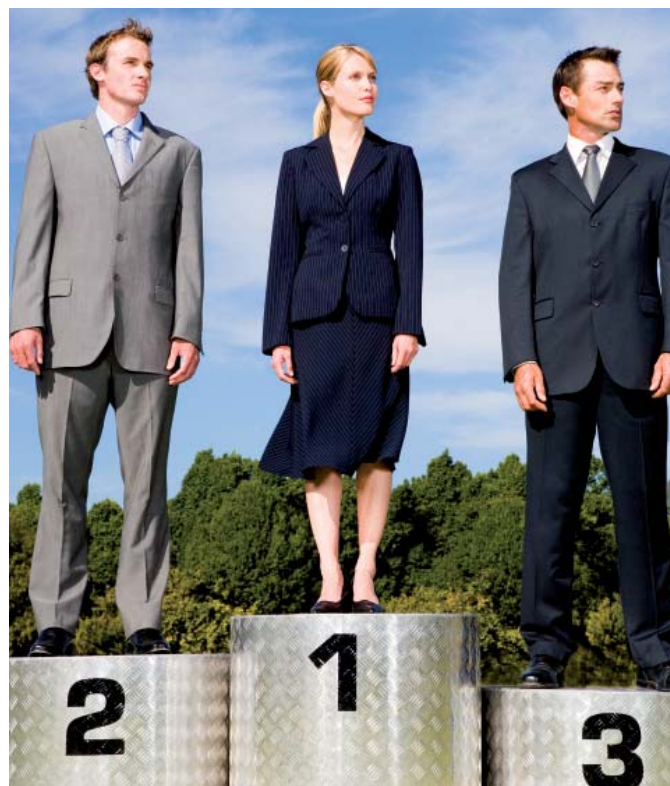
Map spa opera nel settore della carpenteria metallica dal 1974, acquisendo in questi anni di attività una significativa esperienza che l'ha portata ad essere considerata leader nel campo della lavorazione di strutture metalliche. Oggi, affianca alla propria attività, la nuova società TLP S.r.l. specializzata nella lavorazione della lamiera. Qualità, idee chiare, capacità organizzativa costituiscono la base sulla quale l'azienda ha saputo svilupparsi ed essere presente sul mercato.

Nardi Elettrodomestici spa, innovativa azienda specializzata nella produzione di elettrodomestici, è stata fondata a Paderno Dugnano nel 1958 dai fratelli Nardi. L'azienda è suddivisa in due unità produttive: oltre all'Head Quarter di Palazzolo Milanese sono stato conferiti notevoli impulsi all'insediamento produttivo di Sernaglia della Battaglia (Tv), che rappresenta un polo di eccellenza. Più di 700.000 elettrodomestici venduti all'anno, una quota di mercato pari al 15% in Italia nei prodotti per la cottura ad incasso, relazioni commer-

ciali con oltre 80 paesi, una società partecipata in Portogallo, un accordo con il colosso indiano Bajaj per la distribuzione di prodotti a marchio Bajaj-Nardi e la recente nascita di Nardi Appliances Poland. L'azienda realizza sei linee fondamentali di prodotto sia da incasso sia free standing: cucine, forni, piani cottura, freddo, lavaggio e prodotti d'aspirazione; oltre a lavelli e forni microonde.

New System sas produce dal 1982 alimentatori e raddrizzatori per freni elettromagnetici di sicurezza in corrente continua ed alternata. La completa conoscenza dei diversi aspetti tecnici inerenti il prodotto e l'efficiente capacità produttiva permettono alla società di realizzare diverse tipologie di alimentatori e raddrizzatori in risposta alle differenti applicazioni possibili. L'azienda realizza il cablaggio di apparecchiature elettroniche lavorando su disegno o progettando con i clienti la soluzione migliore per il loro impiego.

Temporiti srl sin dal 1965 è produttrice di freni elettromagnetici di sicurezza in corrente continua e alternata per motori elettrici, movimentazione industriale e sollevamento. L'azienda di Mesero ha sviluppato nel corso degli anni, nuovi modelli di freni e ha riprogettato e migliorato le tipologie di freni già esistenti, investendo notevoli risorse nella ricerca e sviluppo di prodotti e processi e nelle certificazioni di enti nazionali ed internazionali. La società è leader di mercato sia in Italia che all'estero, esportando direttamente ed indirettamente in Europa, U.S.A. e Asia.



Buon Compleanno CONFAPI Milano



Lo scorso 22 luglio, l'associazione di viale Brenta ha festeggiato il sessantacinquesimo anno di attività. Un momento per ricordare quando, negli anni della Ricostruzione, venne costituita **L'Associazione piccole industrie** con l'obiettivo di difendere gli interessi delle aziende allora definite "minori", ma anche soprattutto, per guardare al futuro e continuare ad avere un ruolo attivo e di primo piano nel panorama economico milanese e lombardo. In un momento in cui Milano si identifica sempre più con "finanza" e "moda", l'importanza della piccola e media impresa come la vera ossatura dell'economia del territorio si rivela in tutta la sua portata. Nella foto, il presidente Paolo Galassi e alcuni consiglieri di Confapi Milano.



55

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

mondo api

Svolta per l'apprendistato

Approvato lo schema di decreto legislativo che disciplina il contratto di lavoro finalizzato all'occupazione e alla formazione dei giovani



56

Via libera al testo unico che semplifica e razionalizza la normativa in merito all'apprendistato. Il Consiglio dei Ministri su proposta del Ministro del Lavoro e delle Politiche Sociali Maurizio Sacconi, ha, infatti, approvato uno schema di decreto legislativo che attua la delega conferita al Governo dalla legge in materia di previdenza, lavoro e competitività per favorire la crescita (Legge n. 247 del 2007), disciplinando l'apprendistato quale **contratto di lavoro a tempo indeterminato**, finalizzato all'occupazione e alla formazione dei giovani. Non sarà, infatti, possibile terminare il rapporto di lavoro alla scadenza naturale del contratto. Il datore di lavoro dovrà presentare domanda di rescissione nel caso voglia interrompere il rapporto di collaborazione. Le altre novità più evidenti riguardano la possibilità di assunzione, con contratto di apprendistato, per i lavoratori in mobilità in modo da fornire una qualificazione o riqualificazione professionale e l'introduzione del contratto di apprendistato anche nelle pubbliche amministrazioni.

la nuova disposizione considera il contratto di apprendistato come un contratto di lavoro a tempo indeterminato

Il contratto si fa in tre

Il decreto, in particolare, prevede la definizione di tre tipologie di contratto: l'apprendistato per la qualifica professionale, rivolto ai giovanissimi a partire dai 15 anni di età, l'apprendistato professionalizzante o contratto di mestiere, rivolto ai giovani di età compresa fra i 18 e i 29 anni che devono completare il loro iter formativo e professionale e, infine, l'apprendistato di alta formazione e ricerca, rivolto a coloro che aspirano ad un più alto livello di formazione, nel campo della ricerca, del dottorato e del praticantato in studi professionali.

L'apprendistato per la qualifica professionale è rivolto ai giovanissimi, dai 15 anni di età, con durata massima di tre anni. La durata del contratto è determinata in considerazione della qualifica e del titolo di studio da conseguire e non può in ogni caso essere superiore a tre anni. La regolamentazione dei profili formativi è rimessa alle Regioni e alle Province autonome d'intesa con i ministeri del Lavoro e dell'Istruzione, sentite le associazioni dei datori di lavoro e dei prestatori di lavoro.

L'apprendistato professionalizzante o contratto di mestiere è rivolto ai maggiorenni, ai giovani fino a 29 anni di età che intendono completare il proprio iter formativo e/o professionale, con durata massima di sei anni. Per i soggetti in possesso di una qualifica professionale, il contratto può essere stipulato a partire dal diciassettesimo anno di età. Gli accordi interconfederali e i contratti collettivi stabiliscono, in ragione dell'età dell'apprendista e del tipo di qualificazione da conseguire, la durata e le modalità di erogazione della formazione. La durata del contratto, per la sua



mento, sulla base dei risultati conseguiti, della qualifica professionale ai fini contrattuali e delle competenze acquisite; divieto per le parti di recedere dal contratto durante il periodo di formazione in assenza di una giusta causa o di un giustificato motivo; possibilità per le parti di recedere dal contratto al termine del periodo di formazione e, se nessuna delle parti esercita la facoltà, il rapporto prosegue come ordinario rapporto di lavoro subordinato a tempo indeterminato.

componente formativa, non può comunque essere superiore a sei anni.

L'apprendistato di alta formazione e ricerca è rivolto ai giovani, dai 18 ai 29 anni, che intendono ampliare le proprie competenze attraverso un percorso formativo di alto livello nel settore della ricerca, del dottorato e/o del praticantato in studi professionali. Può essere utilizzato per l'assunzione in tutti i settori di attività, pubblici o privati, per attività di ricerca o per il conseguimento di un titolo di studio di livello secondario superiore, per il conseguimento di titoli di studio universitari e dell'alta formazione, compresi i dottorati di ricerca, per la specializzazione tecnica superiore, nonché per il praticantato per l'accesso alle professioni ordinistiche o per esperienze professionali. Per soggetti in possesso di una qualifica professionale, può essere stipulato a partire dal diciassettesimo anno di età. La regolamentazione e la durata dell'apprendistato per attività di ricerca, per l'acquisizione di un diploma o per percorsi di alta formazione, è rimessa alle Regioni, per i soli profili che attengono alla formazione, in accordo con sindacati e organizzazioni imprenditoriali, università, istituti tecnici e professionali e altre istituzioni formative o di ricerca.

I requisiti del contratto

La disciplina del contratto di apprendistato è rimessa ad appositi accordi interconfederali ovvero ai contratti collettivi di lavoro stipulati a livello nazionale, territoriale o aziendale da associazioni dei datori e prestatori di lavoro comparativamente più rappresentative sul piano nazionale nel rispetto dei principi fissati dal legislatore. Gli accordi dovranno rispettare una serie di principi, tra cui: forma scritta del contratto e del relativo piano formativo individuale da definire; divieto di retribuzione a cottimo; possibilità di inquadrare il lavoratore fino a due livelli inferiori rispetto alla categoria spettante, in applicazione del contratto collettivo nazionale di lavoro, ai lavoratori addetti a mansioni o funzioni che richiedono qualificazioni corrispondenti; presenza di un tutor o referente aziendale; possibilità, anche con il concorso delle Regioni, di finanziare i percorsi formativi aziendali degli apprendisti tramite dei fondi paritetici interprofessionali; registrazione della formazione effettuata e delle competenze acquisite nel libretto formativo; possibilità del riconosci-



Export, burocrazia nemica delle imprese

Publicato il rapporto UE 2011 sugli ostacoli agli scambi e agli investimenti che devono fronteggiare le industrie europee per fare business nei mercati extra UE



58

La Commissione Ue ha pubblicato la relazione 2011 sugli ostacoli tariffari e burocratici che devono fronteggiare le imprese europee per fare business nei mercati extra UE ove prevede che dal 2015 vi sarà un incremento degli scambi pari al 90%, in particolare in Asia. **L'analisi conferma che burocrazia doganale e norme restrittive rappresentano il vero ostacolo.** Dopo aver presentato una panoramica sui più importanti partner commerciali, il Report (http://trade.ec.europa.eu/doclib/docs/2011/march/tradoc_147629.pdf) identifica le più ricorrenti barriere che ostacolano l'internazionalizzazione delle imprese europee: leggi sul procurement, protezione effettiva dei diritti di proprietà intellettuale, restrizioni all'export di materie prime, restrizioni agli investimenti, barriere tecniche e di certificazione. Per la loro importanza in termini di interscambio commerciale e di Investimenti Diretti Esteri -IDE- il report si focalizza sui partner strategici per l'Ue: Cina, India, Giappone, Mercosur (Brasile e Argentina), Russia, USA.

Cina

La Cina, secondo partner commerciale dell'Ue, rappresenta non solo una fonte importante di beni di consumo a prezzi ridotti, ma anche un vitale mercato di destinazione per l'export europeo (cresciuto del 4% nel 2009 rispetto al 2008 e raddoppiato dal 2005 al 2010). Dieci anni dopo l'ingresso nella Wto, il dragone non è ancora oggi in grado di garantire il rispetto di parametri fondamentali quali la trasparenza, la libera concorrenza e la non discriminazione delle imprese straniere. Di seguito vengono evidenziati i principali ostacoli:

leggi sul procurement, protezione effettiva dei diritti di proprietà intellettuale, restrizioni all'export di materie prime, restrizioni agli investimenti, barriere tecniche e di certificazione: la burocrazia frena l'export

- esistenza di norme tecniche e standard di difficile comprensione per gli esportatori europei;
 - non rispetto di standard internazionali nel procurement;
 - esistenza di sussidi all'export, prestiti pubblici a tassi agevolati, energia a costi ridotti per le imprese locali che falsano il quadro competitivo;
 - non sufficiente garanzia della tutela della proprietà intellettuale;
- Non a caso l'Unione europea ha introdotto dazi antidumping contro alcuni prodotti. Per contrastare l'invasione di scarpe prodotte nella Repubblica Popolare di Cina, è stato introdotto un dazio nel 2006 poi eliminato il 1° aprile 2011 mentre è attualmente in vigore dal 18 marzo 2011 un dazio per l'importazione di piastrelle cinesi.

India

L'India, il cui tasso di crescita annuale è superiore all'8% ed ha registrato



negli ultimi 4 anni un aumento dell'interscambio commerciale con l'Ue del 31%, presenta un ambito commerciale comunque restrittivo. Alle alte barriere tariffarie applicate alle importazioni, si aggiungono numerose barriere non tariffarie (restrizioni quantitative, licenze di importazione, certificazioni varie) e procedure doganali complesse e burocratizzate.

Anche la tutela della proprietà intellettuale non è sempre garantita e sono numerosi i casi di contraffazione e pirateria. Così pure le norme sugli appalti internazionali non rispettano, a volte, gli standard internazionali. Numerose sono le restrizioni operative imposte dal governo indiano alle aziende straniere che operano oppure intendono operare nel mercato locale:

- non è consentito operare nel mercato multi-brand locale della grande distribuzione;
- nel settore IT è obbligatorio impiegare anche ingegneri indiani;
- nel settore degli appalti pubblici sono stati introdotti pesanti requisiti per ottenere le licenze;
- permangono restrizioni alle esportazioni di cotone che ne aumentano il prezzo;
- sono richiesti più certificati sanitari di quelli normalmente richiesti per consentire l'importazione di carne, frutta e ortaggi.

Giappone

Il Giappone è il settimo mercato per l'export dell'Ue. Mentre le tariffe sono generalmente basse, gli ostacoli e le restrizioni alla libera circolazione dei beni e servizi stranieri permangono alte. Questi i tre esempi riportati:

- gli operatori stranieri hanno un accesso molto limitato alle gare d'appalto giapponesi;
- l'introduzione di medical device è particolarmente difficile (solo la metà di questi prodotti europei e statunitensi sono utilizzati anche in Giappone): vi sono procedure complicate e non vi è il riconoscimento di standard internazionali;
- nel settore assicurativo hanno spazio solo le imprese locali mentre nei servizi finanziari vi è preferenza per i servizi forniti dalle poste giapponesi.

Brasile e Argentina

L'Ue è il principale partner commerciale del Brasile che a sua volta risulta essere il primo fornitore di prodotti agricoli dell'Ue. Nonostante ciò le difficoltà operative sono ancora molto radicate. Per il procurement, sono privilegiati i prodotti ed i servizi locali a danno dei fornitori stranieri. L'Argentina, a seguito della crisi del 2008, ha inserito diverse misure restrittive a favore del tessile, abbigliamento, calzaturiero, giocattoli, macchine; nel settore alimentare sono previste licenze non automatiche di

importazione. Brasile e Argentina hanno siglato accordi di trasporto commerciale (cargo sharing) che di fatto impediscono alle imprese europee di operare nei traffici commerciali tra i due paesi. Nota positiva per la semplificazione delle operazioni è data dall'accordo di libero commercio che il Mercosur, a cui Brasile e Argentina hanno aderito, sta trattando con l'Ue.

Russia

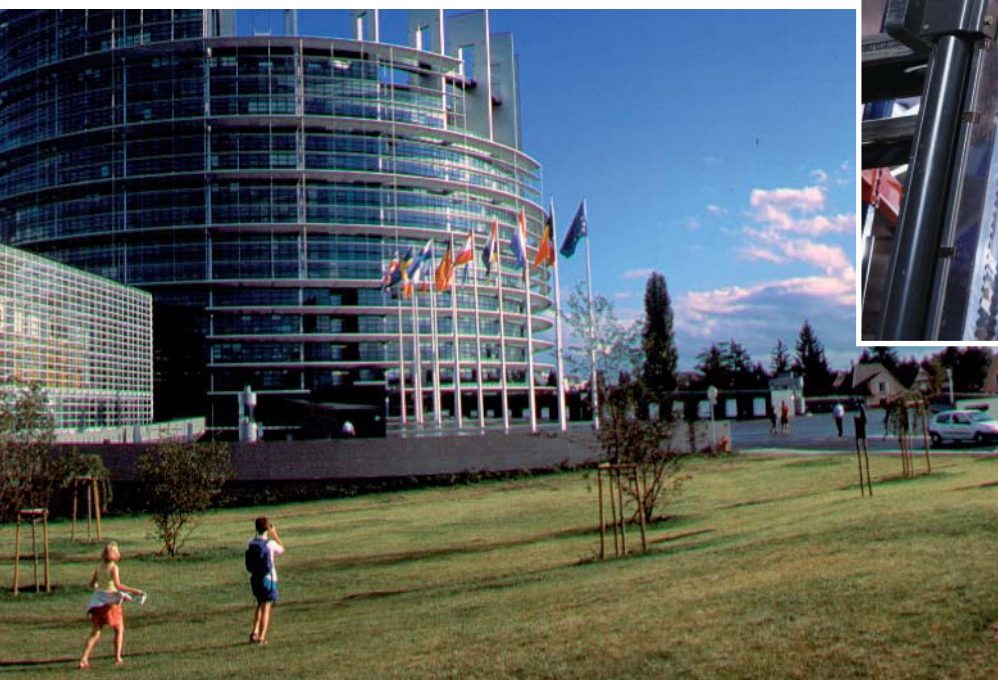
La Russia, per proteggere il proprio sistema industriale dalla crisi internazionale, ha introdotto nel 2008 una serie di misure unilaterali di riduzione degli scambi che si sono aggiunte agli alti dazi all'esportazione su legname, ferro e metalli non ferrosi ed alle pratiche doganali sempre più complicate. Anche la tutela della proprietà intellettuale ed industriale non è sempre garantita e la contraffazione piuttosto diffusa. Il Report sottolinea infine la spinosa questione dei Certificati fito-sanitari (requisiti SPS Sanitary and Phytosanitary Certificates) che continuano a bloccare, senza una reale giustificazione scientifica, ingenti quantitativi di prodotti agricoli europei. Positivi sviluppi sono attesi dall'entrata in vigore dell'Unione tariffaria e doganale con Kazakhstan e Bielorussia avvenuta lo scorso luglio 2010.

Stati Uniti

Gli Stati Uniti sono il più importante partner dell'Ue sia a livello commerciale che finanziario, attraendo il 20% dell'export totale Ue e dando così vita al più integrato sistema di relazioni economico finanziarie al mondo. Ciononostante esistono una serie di misure non tariffarie che rendono ancora difficoltosi gli scambi commerciali. Sono attese pesanti ripercussioni sui tempi di gestione dello sdoganamento nei porti statunitensi a seguito della prossima entrata in vigore della nuova norma anti terrorismo, prevista per il 1 luglio 2012 chiamata "100% container scanning" che prevede la "scansione" di tutto il traffico container in arrivo negli Usa. Il mercato del procurement pubblico statunitense ("buy american") è praticamente in mano all'imprenditoria locale.



59



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

mondo api

Puntare sul capitale umano per essere competitivi

Grazie alla formazione, l'azienda riceverà un valore aggiunto attraverso un incremento delle prestazioni delle risorse interne



60

Nel primo semestre del 2012 Confapi Milano organizzerà numerosi corsi di formazione continua finanziati con il **Fondo FAPI**, Fondo Formazione Piccole e Medie Imprese, e riservati ai dipendenti delle imprese associate. Quelli citati rappresentano solo una piccola selezione dei corsi a disposizione. Il Servizio Formazione Confapi Milano è, infatti, disponibile a valutare con l'azienda la presenza di ulteriori fabbisogni formativi, e a pianificare percorsi formativi personalizzati per rispondere a tali esigenze, da realizzarsi presso la sede dell'Associazione o presso l'azienda stessa.

AREA INFORMATICA

EXCEL BASE

Contenuti

Lo scopo di questo modulo è di insegnare l'uso del personal computer come foglio elettronico, portando l'utente ad eseguire in autonomia le operazioni necessarie a creare e formattare un foglio di calcolo elettronico e a utilizzare le funzioni aritmetiche e logiche.

Argomenti:

- Inserire e modificare i dati in un foglio di lavoro
- Gestire i fogli e le cartelle di lavoro
- Spostarsi all'interno di fogli e cartelle di lavoro
- Eseguire calcoli con i dati di un foglio di lavoro
- Formattare il contenuto di un foglio di lavoro
- Preparare, impostare e stampare un foglio di lavoro
- Creare e modificare i grafici: etichette, assi, serie, tipi di grafico
- Aggiungere a un grafico linee di tendenza, previsioni e barre di errore

- Formattazione condizionale
- Ordinare e gestire tabelle di dati
- Applicare filtri e query ai dati
- Utilizzare le funzioni logiche
- Lavorare con fogli e cartelle di lavoro multipli
- Proteggere i fogli e le cartelle di lavoro
- Filtro automatico e filtro automatico personalizzato

Attività

Il corso si svolgerà in lezioni frontali in un'aula attrezzata con almeno un PC ogni due alunni. Per ogni argomento verrà enunciata la teoria, mostrato un esempio pratico da riprodurre, proposti degli esercizi.

Durata

24 ore

AREA INFORMATICA

AUTOCAD BASE

Contenuti

Obiettivo del corso è illustrare agli allievi le caratteristiche e le modalità di utilizzo di Autocad. In particolare, verranno approfonditi i seguenti argomenti:

Nozioni preliminari

Visualizzazione del disegno

Precisione nel disegno

Le basi del disegno

Impostazione dell'ambiente di disegno

Selezione, proprietà e modifica degli oggetti

Testi, tabelle e quote

Blocchi

Uso dei layout

La stampa con AutoCAD

Attività

Il corso si svolgerà in lezioni frontali in un'aula attrezzata con un PC per partecipante. Per ogni argomento verrà enunciata la teoria, mostrato un esempio pratico da riprodurre, proposti degli esercizi.

Durata

24 ore

AREA LINGUISTICA

INGLESE PRE-INTERMEDIATE

Contenuti

In considerazione della sempre più rilevante importanza che l'inglese ricopre nella vita lavorativa delle imprese, il corso è finalizzato a approfondire la conoscenza della lingua, con un orientamento tipicamente "business".

GRAMMAR

Question Tags; Adverbs; Adjectives

Revision and development of: Present Simple and Present Continuous, Past Simple and Present Perfect, Past Continuous and Simple Past, Future; Expressions of quantity

Modal verbs; Present perfect and Present perfect continuous

For and Since

If and when

More prepositions

Passive constructions in simple tenses

FOCUS ON BUSINESS COMMUNICATION

People in business

Making contact

Applying for a job

Telephone conversations

Dates and schedules

Offers and requests

Describing products and services

Social English

Attività

Per rendere più efficace l'apprendimento, la parte teorica verrà integrata con esercizi di reading and listening, simulazioni e esercitazioni, conversazioni ambientate in contesti business, backversions (traduzioni scritte simultanee).

Durata

24 ore

INGLESE UPPER INTERMEDIATE

Contenuti

La finalità di questo corso è di corrispondere all'esigenza di ampliare i propri orizzonti linguistici da parte di studenti che, avendo alle spalle parecchi anni di studio della lingua inglese, sono ora pronti ad affrontarne l'apprendimento in modo più approfondito ed articolato. Poiché i corsisti dovranno interagire in diversi contesti, verranno fornite tutte quelle strutture grammaticali e lessicali di cui potranno aver bisogno in specifici ambiti sociali o lavorativi.

Grammatica

Perfect tenses; Comparatives; Narrative tenses; Advers and adverbial phrases

Passive forms

Future perfect and future continuous; Conditionals and future time; Gerunds and infinitives

Past modals (would rather, had better); Verbs of senses

Uncountable and plural nouns

Quantifiers: all, every etc...

Clauses of contrast and purpose, whether, whenever etc

Relative clauses

Business English

Travel

Cultural differences and habits

Role playing

Having a debate

Making a presentation

Attività

Per rendere più efficace l'apprendimento, la parte teorica verrà integrata con esercizi di grammatica, traduzioni e/o interpretazione di frasi e di brani, letture da commentare, conversazione su argomenti vari (famiglia; lavoro; tempo libero; vita in città; i media), listening comprehension (ascolto), giochi a tema, film, materiali (libri, film, canzoni, riviste, giornali) in lingua originale.

Durata

24 ore



Puntare sul capitale umano per essere competitivi

AREA VENDITE

VENDERE CON SUCCESSO

Contenuti

- Delimitare le fasi del processo di vendita;
- Preparare un'efficace azione di vendita: fissare gli obiettivi e preparare un piano commerciale;
- L'impatto della componente emotiva;
- Gli stili della comunicazione: come coinvolgere diversi interlocutori;
- L'analisi dei bisogni: la comprensione del cliente attraverso l'utilizzo delle domande;
- Le motivazioni all'acquisto: individuare i bisogni espressi e quelli latenti;
- La proposta della soluzione: valorizzare al meglio l'offerta;
- La gestione delle obiezioni;
- Individuare i semafori verdi che portano alla concretizzazione della vendita.

L'ACQUISIZIONE DI NUOVI CLIENTI

Contenuti

- La vendita business to business
- Analisi dei canali per l'acquisizione dei nuovi clienti: come individuare e selezionare quelli migliori in base al nostro prodotto/servizio
- Analisi dei costi e benefici dell'acquisizione di nuovi Clienti;
- Le tecniche di approccio ai nuovi Prospect
- Il primo approccio con i prospect: l'utilizzo del telefono e l'incontro di persona
- Obiettivi e aspettative dell'incontro commerciale
- La vendita efficace: l'analisi dei bisogni del potenziale cliente
- Le fasi del processo di vendita: come gestire al meglio le difficoltà e cogliere le opportunità
- Gli aspetti emotivi e cognitivi del processo di vendita

Attività

Il percorso formativo proposto verrà svolto attraverso la continua interazione tra partecipanti e docente.

Il corso verrà esplorato integrando le qualità della persona del consulente di vendita, i comportamenti e la comunicazione più efficaci per cogliere gli obiettivi di ogni fase.

Il percorso vedrà quindi l'alternanza tra teoria e pratica, in un avvicinarsi equilibrato di discussione di gruppo e role-playing, con l'accompagnamento del docente e il contributo di tutti i partecipanti.

Durata

16 ore

- Come utilizzare al meglio le argomentazioni di vendita per catturare l'interesse dell'interlocutore
- Come monitorare i risultati delle attività di vendita
- Creazione di nuove opportunità commerciali dalla gestione efficace dei clienti già acquisiti
- Studio di casi di successo ed analisi dei casi di insuccesso

Attività

Il percorso formativo proposto verrà svolto attraverso la continua interazione tra partecipanti e docente.

Il corso si articolerà in lezioni teorico-pratiche, esercitazioni e role-playing, analisi di casi e dimostrazioni.

Durata

16 ore

AREA FINANZA E AMMINISTRAZIONE

CORSO DI BILANCIO

Dal bilancio civile al bilancio fiscale

Contenuti

OPERAZIONI PRELIMINARI

- Factoring
- Riconciliazioni bancarie ed e/c al 31 dicembre, carte di credito e cash pooling, operazioni pct
- Personale: accantonamento tfr, inail, quattordicesima, tredicesima, contributi; benefit
- Previdenza complementare e fondo di tesoreria, lavoro interinale
- Rimborsi spese; indennità di trasferta
- Sospensione dei debiti e leasing: impatto contabile

SCRITTURE DI ASSESTAMENTO E RETTIFICA

- Compensi organi sociali
- Interessi: su imposte a rimborso, interessi di mora
- Derivati finanziari speculativi o di copertura
- Fondi oneri e rischi (controversie, garanzie, impegni)
- Risarcimenti danni
- Agevolazioni sotto forma di crediti di imposta
- Acconti di imposta
- Ammortamenti e brevi cenni fiscalità immobiliare e rivalutazioni

CONTABILIZZAZIONE DELLE PARTITE FISCALI

- Sanzioni, sopravvenienze/insussistenze attive e passive
- Sponsorizzazioni
- Gli oneri finanziari: nuove problematiche.
- Svalutazione dei titoli immobilizzati
- Indennità fine rapporto agenti: una storia infinita
- Perdite di bilancio e perdite fiscali: alcune considerazioni
- Contabilizzazione delle imposte e delle differenze temporanee
- Deduzioni irap: cumulabilità ed alternative

STAMPA LIBRI SOCIALI

- Libro giornale; Libro inventari; Registro IVA; Registro cespiti; Registro dei compensi a terzi
- Schede contabili
- Giornale di magazzino
- Norme sulla bollatura e vidimazione

Attività

Il corso si articolerà in lezioni teorico-pratiche, esercitazioni e analisi di casi, e dimostrazioni.

Durata

16 ore

INFO & DOC

Servizio Formazione

Tel. 02.67140237

02.67140218

formazione@confapimilano.it

mondo api



Brianza alla ricerca di (bravi) tecnici

Oltre il 64% delle aziende sarebbe disposta ad ospitare uno studente per un tirocinio formativo. Una delle difficoltà vissute dall'imprenditore è, infatti, quella di reperire alcune figure a causa della mancanza di formazione adeguata da parte degli istituti

La ricerca e la selezione del personale sono fasi importanti per la crescita aziendale ma la corretta preparazione scolastica degli studenti della scuola secondaria superiore non sempre risponde alle reali esigenze delle aziende del territorio. Per elaborare una concreta proposta di indirizzo da presentare agli organi provinciali preposti alla formazione scolastica, Confapi Milano ha sottoposto agli imprenditori associati che operano sul territorio di Monza e Brianza un sondaggio riguardante la preparazione scolastica e le figure professionali richieste con più frequenza.

Nonostante la maggior parte degli imprenditori intervistati (44%) affermi di non aver intenzione di assumere del personale nel breve periodo, il 26% è intenzionato ad aumentare il proprio organico; tra quest'ultimi il 13,26% cerca delle figure da inserire con contratto a tempo indeterminato, il 7,8% con contratto a tempo determinato, il 2,6% di somministrazione e il 2,5% di apprendistato.

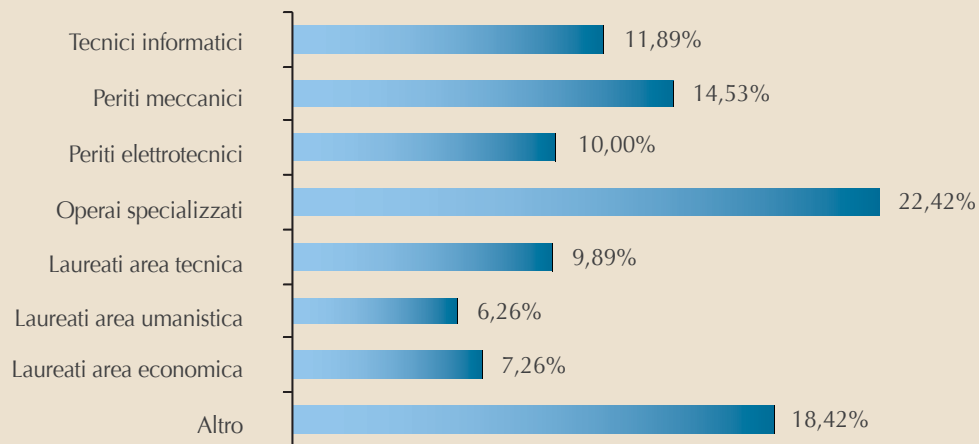
Oltre il 22% delle piccole e medie imprese è alla ricerca di operai specializzati. Molto richiesti anche periti meccanici (14%), tecnici informatici (11,8%), periti elettrotecnici (10%) e laureati di area tecnica (9,8%). Meno rispondenti alle esigenze delle piccole e medie imprese i laureati di area economica e umanistica. Indipendentemente dal titolo di studio, uno dei requisiti considerati fondamentali dagli imprenditori per poter lavorare in impresa è la capacità di lavorare in gruppo. Molto apprezzati anche flessibilità, esperienza nel settore, conoscenza delle lingue e utilizzo di applicativi software.

Dalla rilevazione è però emerso che una delle difficoltà maggiori vissute dall'imprenditore, è quella di reperire alcune figure a causa della mancanza di formazione adeguata da parte degli istituti. In particolare ci si riferisce a tecnici di laboratorio, periti elettronici, sistemisti, verniciatori, tecnici informatici, operai specializzati nel settore metalmeccanico, ingegneri chimici e in generale figure ad alto contenuto tecnico tanto che la gran parte delle aziende (64,5%) sarebbe disposta ad ospitare uno studente per un tirocinio formativo.

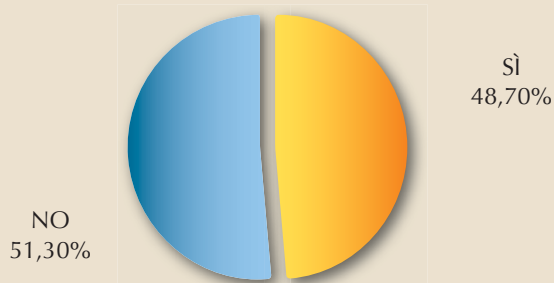
Il campione

Alla rilevazione hanno risposto in misura maggiore aziende appartenenti ai settori dell'elettromeccanica-elettronica e della meccanica; il 37% degli intervistati appartiene alla fascia dei 9-20 addetti, mentre il 28% rientra in quella che va dai 21 ai 49. I comuni maggiormente rappresentati sono Agrate Brianza, Monza, Bovisio Masciago, Nova Milanese e Desio.

Quali sono le figure professionali ricercate?



Nel suo settore ci sono delle figure che non riesce a reperire per mancanza di formazione adeguata?



Indagine a cura dell'Ufficio Studi Confapi Milano

INFO & DOC
 Confapi Monza e Brianza
 Tel. 0362.224018
 brianza@confapimilano.it

Confapi e Codebri, insieme per sostenere l'occupazione

Firmata la convenzione per dare vita a progetti volti a sostenere l'integrazione lavorativa di persone con disabilità, l'alternanza scuola/lavoro, l'apprendistato

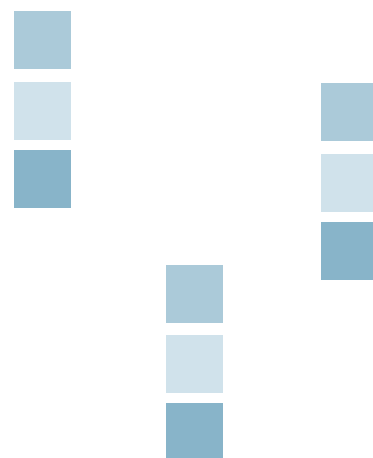
Dare vita a progetti finalizzati alla realizzazione di azioni formative e politiche attive del lavoro. Con questo obiettivo è stata firmata a Desio la convenzione tra **Confapi Milano** e l'azienda speciale consortile **Consorzio Desio-Brianza**. Se da una parte l'associazione degli imprenditori si impegnerà a sensibilizzare le proprie imprese associate riguardo al tema della responsabilità sociale d'impresa, proponendo percorsi di integrazione lavorativa sia di soggetti svantaggiati che di giovani in uscita dalla formazione professionale di base, il consorzio, si occuperà, in collaborazione con Confapi, di selezionare e proporre allievi della formazione o persone appartenenti alle categorie protette o svantaggiate idonee allo svolgimento di stage formativi e tirocini di formazione e orientamento all'interno delle imprese associate a Confapi. «Questa convenzione – ha spiegato il direttore generale di Confapi Milano **Stefano Valvason** – si innesta sulla scia dell'azione da sempre intrapresa dall'associazione che, con il **Fapi** (il Fondo Formazione Pmi costituito da Confapi, CGIL, CISL, e UIL per promuovere le attività di formazione continua dei dipendenti delle piccole e medie imprese), da sempre ritiene la preparazione professionale elemento propulsivo per lo sviluppo dell'industria manifatturiera del territorio soprattutto in anni in cui la crisi economica sta incidendo sull'occupazione e sta riducendo le possibilità di impiego soprattutto per le nuove generazioni». Confapi ha trovato così un "partner" ideale nel **Consorzio Desio-Brianza** che dal 1982 è presente sul territorio ovest della Provincia brianzola con servizi sociali e sociosanitari, rivolti a persone con disabilità e a minori. «Nostra peculiare caratteristica da 30 anni – spiega **Dario Angelo Colombo**, direttore generale di Codebri – è quella di tenere insieme corsi di Formazione professionale, Servizi al lavoro e Servizi sociali e sociosanitari; l'attenzione alle fasce deboli in particolare ci ha infatti insegnato che per tutti, tanto più oggi anche per i giovani allievi della Formazione professionale, è vincente chi lavora per una formazione ed una educazione "integrale" che comprenda davvero tutti gli aspetti della vita della persona. Ci troviamo peraltro in un momento particolarmente significativo per la vita della nostra organizzazione, che ha visto premiata ancora una volta la qualità della nostra presenza sul territorio, con l'assegnazione nel 2010 al Servizio Integrazione Lavorativa del primo posto nel ranking di Regione Lombardia tra 34 organizzazioni dedicate all'inserimento lavorativo. È un grande risultato a cui abbiamo lavorato e creduto in questi anni e siamo convinti che la convenzione che firmiamo con Confapi non potrà che migliorare la nostra mission a servizio dei cittadini e delle aziende del nostro territorio».



Il direttore generale **Stefano Valvason** intervenuto alla festa della Formazione organizzata da Codebri



Valvason e Colombo al momento della firma dell'accordo



INFO & DOC
Confapi Monza e Brianza
Tel. 0362.224018
brianza@confapimilano.it



PMI ENERGY

PMI Energy S.r.l. a socio unico (Confapi Milano)

IL GRANDE “UFFICIO ACQUISTI” PER L’ENERGIA DELLE PMI

PMI Energy S.r.l. a socio unico (Società soggetta all’attività di controllo, direzione e coordinamento da parte dell’unico socio Confapi Milano) è la realtà del sistema Confapi Milano dedicata a tutte le tematiche inerenti l’energia, che racchiude l’esperienza e le competenze maturate in 10 anni di attività nel settore energetico.

Obiettivi:

- sollevare l’imprenditore dall’incombenza di districarsi nella complessa giungla di offerte proposte dai molteplici operatori di mercato, mediante un servizio dedicato in grado di garantire le migliori condizioni di prezzo e contrattuali
- assicurare alle PMI soluzioni vantaggiose, certe e affidabili nel tempo

ENERGIA ELETTRICA

Risparmi tra
il 4,62% e il 39,71%
(mediamente il 21,15%) *

GAS NATURALE

Risparmi tra
il 4,92% e il 37,74%
(mediamente il 24,54%) *

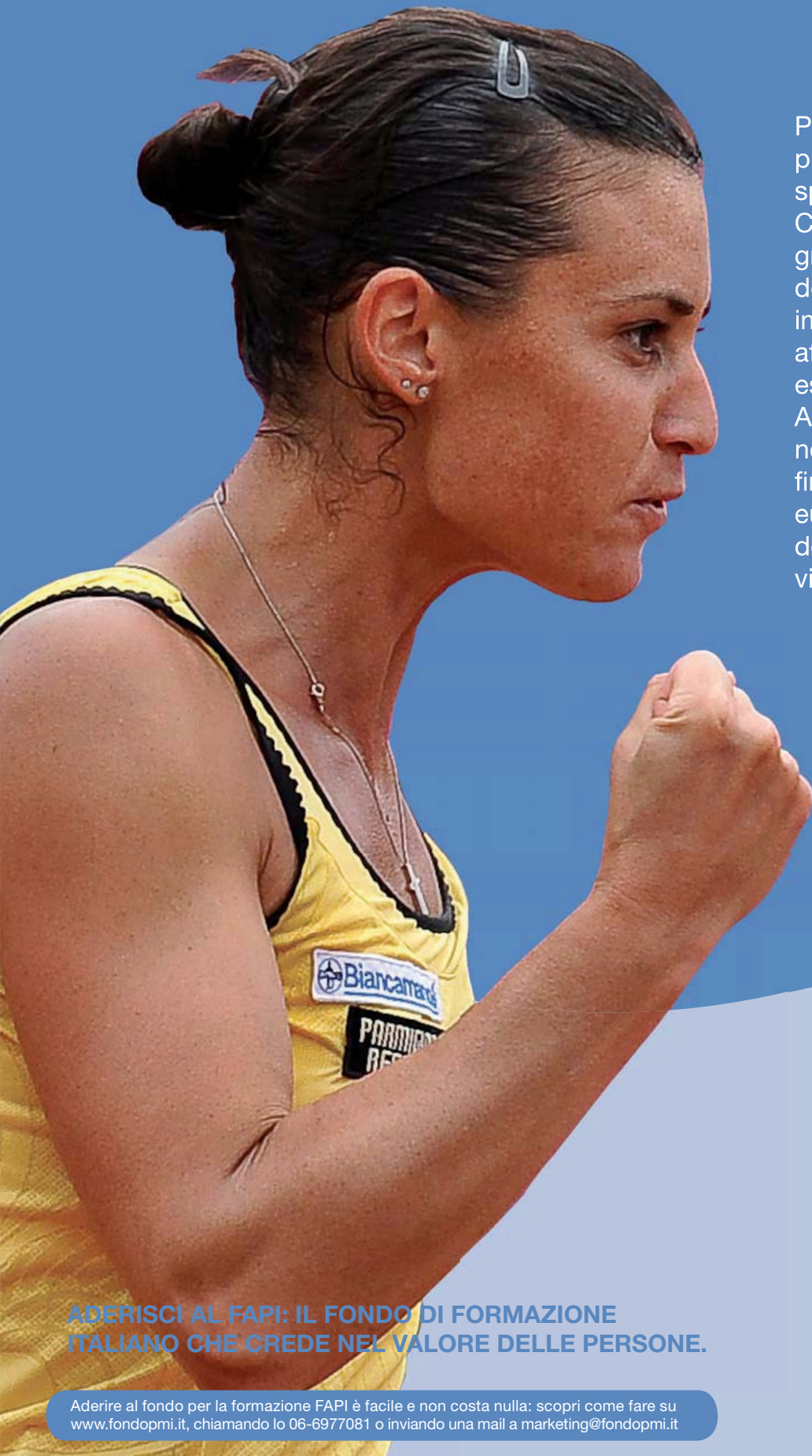
ALTRI SERVIZI

Fonti Rinnovabili, Efficienza e risparmio energetico, Defiscalizzazione, Certificazioni...

* Benchmark 2010 sulla componente energia per l’elettricità (perdite escluse) e di vendita per il gas, rispetto alle precedenti condizioni di fornitura rilevate (194 casi per energia elettrica e 64 per il gas).

Per maggiori informazioni tel. 0267140229 o e-mail a pmienergy@pmienergy.it

Investiamo sull'Italia che compete.



Per competere e vincere bisogna prepararsi: Una regola che vale nello sport come in azienda.

Con Fapi poi formare i tuoi dipendenti gratuitamente, utilizzando le risorse dei contributi obbligatori che le imprese già versano all'Inps, affrontando così le sfide più difficili ed essere più competitivi sul mercato.

Associamo oltre 52 mila imprese; negli ultimi quattro anni abbiamo finanziato con più di 112 milioni di euro la formazione dei loro dipendenti; siamo presenti in tutta Italia, vicini alla piccola e media impresa.

Flavia Pennetta,
grande protagonista del nostro tennis;
testimonial FAPI.

**ADERISCI AL FAPI: IL FONDO DI FORMAZIONE
ITALIANO CHE CREDE NEL VALORE DELLE PERSONE.**

Aderire al fondo per la formazione FAPI è facile e non costa nulla: scopri come fare su www.fondopmi.it, chiamando lo 06-6977081 o inviando una mail a marketing@fondopmi.it

 **fapi** | Fondo Formazione
Piccole Medie Imprese